MediaZ biên soạn

fulfillment by amazon

BÁN HÀNG TRÊN AMAZON CHO NGƯỜI MỚI BẮT ĐẦU

Con đường ngắn và đơn giản nhất
xuất khẩu sản phẩm của doanh nghiệp ra toàn thế giới

BOOK MEDIAZ

NXB THẾ GIỚI

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

Trụ sở chính:

Số 46, Trần Hưng Đạo, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: 0084.4.38253841 - Fax: 0084.4.382699578

Chi nhánh:

Số 7, Nguyễn Thị Minh Khai, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

Tel: 0084.8.38220102

Email: marketing@thegioipublishers.vn

Website: www.thegioipublishers.vn

Fullfillment by Amazon

Bán hàng trên Amazon cho người mới bắt đầu

Chịu trách nhiệm xuất bản

GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP

TS. TRẦN ĐOÀN LÂM

Biên tập: Bùi Thế Khoa

Vẽ bìa: Nguyễn Thắm

Trình bày: Như Loan

Sửa bản in: Thanh Nga, Huyền Trang

Đơn vị xuất bản và phát hành:

CÔNG TY CỔ PHẦN TRUYỀN THÔNG MEDIAZ

Tầng 3, tòa B7-B9, ngõ 92 Trần Thái Tông, Cầu Giấy, HN

Email: book@mediazcorp.com * Website: mediazbook.vn

Fanpage: facebook/BookMarketingAZ

Điện thoại: 0932.388.638

In 6.000 bản, khổ 15 cm x 20,5 cm tại Công ty TNHH In và Dịch vụ thương mại Phú Thịnh. Địa chỉ: 22/3 ngõ 89 Lạc Long Quân, phường Nghĩa Đô, quận Cầu Giấy, TP. Hà Nội. Xưởng SX: Lô B2-2-5 và B2-1- 5 KCN Nam Thăng Long, P. Thụy Phương, Q. Bắc Từ Liêm, Hà Nội. Số xác nhận ĐKXB: 2114-2018/CXBIPH/07-158/ThG. Quyết định xuất bản số: 696/QĐ-ThG cấp ngày 21 tháng 06 năm 2018. In xong và nộp lưu chiểu năm 2018. Mã ISBN: 978-604-77-4876-1.

LỜI NÓI ĐẦU

Hiện nay, Amazon đang là một trong những trang thương mại điện tử hàng đầu trên thế giới. Dịch vụ được đề cập đại diện cho Amazon chính là Fulfillment by Amazon (FBA) - dịch vụ hoàn thiện đơn hàng. Đây được coi như một trong những vũ khí lợi hại nhất của Amazon, với khả năng giúp cho doanh nghiệp tiết kiệm chi phí vận chuyển, xử lý đóng gói đơn hàng, phân phối sản phẩm tới mọi khách hàng trên toàn thế giới.

Nhiều người vẫn nghĩ rằng, sẽ rất khó khăn để có thể bán được sản phẩm của mình trên Amazon tuy nhiên, điều đó lại dễ dàng hơn bạn nghĩ. Chỉ với một khoản phí nhỏ mỗi tháng, Amazon sẽ xử lý cho bạn, từ việc bán sản phẩm cho tới hỗ trợ chăm sóc, vận chuyển hàng hóa đến tay khách hàng. Tức, việc của bạn chỉ cần gửi sản phẩm mình cần bán sang kho của Amazon và có được một chiến lược marketing hợp lý cho kênh bán hàng của mình mà thôi.

Bất kỳ ai cũng có thể tham gia bán hàng trên Amazon. Đặc biệt khi bạn là chủ doanh nghiệp, Amazon chính là lựa chọn thích hợp để mở rộng quy mô kinh doanh hiện tại của bạn. Nó đưa sản phẩm/dịch vụ của bạn tiếp cận đến với nhiều khách hàng hơn, thương hiệu của bạn sẽ được nhiều người biết đến hơn và bạn có thể cạnh tranh với nhiều đối thủ khác trên thương trường quốc tế.

Cuốn sách này là tổng hợp những kiến thức từ cơ bản đến nâng cao về toàn bộ quy trình bán hàng trên Amazon. Nó sẽ hướng dẫn bạn từ cách tạo lập tài khoản, tìm kiếm nguồn hàng, cho đến việc xây dựng thương hiệu, cách chọn ngách bán hàng, chạy và tối ưu quảng cáo một cách hiệu quả nhất.

THUẬT NGỮ

AcoS - Advertising Cost of Sales: (AcoS = (Chi phí quảng cáo/ Doanh thu) x 100%). Khi chạy quảng cáo, sẽ có quảng cáo mang lại doanh thu nhưng cũng có quảng cáo thì không mang lại một đồng doanh thu nào. Tỷ lệ này được tính bằng chi phí quảng cáo chia cho doanh thu thu được qua những quảng cáo đó. Tỷ lệ thể hiện dưới dạng phần trăm. Với những chiến dịch quảng cáo có hiệu quả, AcoS sẽ không quá 30%.

Arbitrage - kiếm lời chênh lệch giá (mua rẻ bán đắt): Hoạt động mua hàng online hoặc mua từ cửa hàng với giá rẻ rồi bán qua FBA của Amazon với giá cao hơn và hưởng chênh lệch giá. Với trường hợp này việc mua và bán diễn ra gần như trong cùng một thời điểm nên gần như không có nhiều rủi ro.

ASIN (Amazon Standard Identification Number) - mã sản phẩm: Số hiệu đặc biệt của Amazon dùng để nhận dạng sản phẩm trong catalog.

BSR (Best Seller Rank) - thứ hạng người bán: Nó là hệ số được Amazon sử dụng để cho biết độ phổ biến của một sản phẩm. Trong đó nếu một sản phẩm có BSR là 1, tương đương với việc đó là sản phẩm bán chạy nhất trong danh mục. Một sản phẩm khác có BSR là 1000 nghĩa là nó bán chạy thứ 1000 trong danh mục đó.

Bullets - các đặc tính sản phẩm: Bạn có 5 dòng để miêu tả hoặc liệt kê các tác dụng của sản phẩm, các đặc tính này được trình bày dưới dạng gạch đầu dòng, đây được gọi là các bullets của bạn.

Buy Box: Là phần giao diện quanh khu vực nút bấm “Add to Cart”. Nếu bạn dành được “Buy box” tương đương với việc bạn sẽ trở thành nhà cung cấp mặc định cho sản phẩm này. Khi khách hàng click vào “Add to cart” cũng có nghĩa rằng bạn đã bán thêm được một đơn hàng cho sản phẩm đó. (Những nhà cung cấp khác có thể cũng sẽ xuất hiện phía dưới bạn, tuy nhiên phần lớn người mua

hàng sẽ lựa chọn việc ấn "Add to cart" để mua sản phẩm.) Tiêu chí để chọn ra "Buy box" được kết hợp giữa giá thấp, lượng hàng dự trữ, những lựa chọn vận chuyển và phản ánh từ dịch vụ chăm sóc khách hàng. Nếu bạn không dành được "Buy box" thì đồng nghĩa với việc Amazon chưa chạy quảng cáo dành cho bạn và việc bán hàng trở nên khó khăn hơn gấp nhiều lần.

Conversion - Tỷ lệ chuyển đổi: Một thuật ngữ trong bán hàng thường được dùng để đo lường người mua hàng. Người ta nhắc đến thuật ngữ này trong quảng cáo, dùng để chỉ tỷ lệ người nhìn thấy quảng cáo của bạn (hoặc bấm vào quảng cáo) sau đó tiếp tục đi xa hơn để thực hiện hành động trên quảng cáo - có thể là mua một sản phẩm, đăng ký vào danh mục email hoặc một mục tiêu nào đó khác. Đây là tỷ lệ nói lên sự thành công của một quảng cáo.

CTA (Call to action) - kêu gọi hành động: Một thuật ngữ marketing quá quen thuộc về việc kêu gọi người đọc (quảng cáo) thực hiện một hành động gì đó. Ví dụ "Hãy mua ngay!" hay "Bấm vào nút này để đặt hàng của bạn".

FBA (Fulfillment by Amazon) - dịch vụ hậu cần bởi Amazon: Tên gọi của dịch vụ, trong đó Amazon sẽ cho phép bạn gửi sản phẩm trong kho của họ và đồng thời vận chuyển giúp bạn khi có đơn hàng. Amazon cũng cũng cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng như một phần của gói FBA.

FBM (Fulfilled by Merchant) - hậu cần bởi người bán: Trong lựa chọn này người bán hàng sẽ trực tiếp vận chuyển sản phẩm tới tay khách hàng (không sử dụng FBA).

Feedback - những phản hồi từ phía người mua hàng về người bán: Những phản hồi này sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới thứ hạng bán hàng của bạn. Một lưu ý, feedback là những phản hồi về người bán, khác với review (nhận xét) là những phản hồi về sản phẩm.

FNSKU (Fulfillment Network Stock Keeping Unit) - hệ thống mã nhận dạng sản phẩm: Hệ thống mã của Amazon để lưu thông tin về tên sản phẩm, nhận diện thiết kế và ai là người bán chúng.

FOB (Free On Board) - điểm miễn trừ trách nhiệm người bán: Thuật ngữ này để chỉ thời điểm nhà cung cấp hoàn thành nghĩa vụ của mình và từ điểm đó bạn sẽ là người chịu trách nhiệm. Ví dụ: nếu đó là FOB đến USA, nhà cung cấp sẽ vận chuyển hàng tới cảng hoặc sân bay USA, và từ đó bạn sẽ lo việc vận chuyển về địa điểm mong muốn.

Impression - mức độ hiển thị: Thuật ngữ này để chỉ một lần quảng cáo đến được với khách hàng. Nếu khách hàng nhìn thấy quảng cáo đó hai lần, điểm impression sẽ là 2.

Keyword - từ khoá: Đây là từ hoặc cụm từ mà một khách hàng tiềm năng có thể tìm thấy sản phẩm của bạn. Ví dụ "dụng cụ ép tỏi" hoặc "kệ xếp đồ bằng nhựa".

Keyword Stuffing - dồn thật nhiều từ khoá vào tên sản phẩm hay phần miêu tả sản phẩm để đẩy thứ hạng các từ khóa lên: Mẹo này khá hiệu quả trên Google vài năm trước đây và hiện tại vẫn được nhiều người áp dụng. Tuy nhiên thời điểm hiện tại nó không còn hiệu quả trên Amazon thậm chí nó có thể làm khách hàng tiềm năng khó chịu.

Listing - trang sản phẩm của bạn trên Amazon: Trang này bao gồm một tiêu đề hoặc tên sản phẩm, ảnh sản phẩm, mô tả sản phẩm và bất kì phản hồi nào từ khách. Listing cũng có thể chỉ hành động đăng sản phẩm.

MOQ (Minimum order quantity) - mức đặt hàng tối thiểu: Lượng hàng đặt tối thiểu mà nhà cung cấp chấp nhận. Ví dụ, một nhà cung cấp có thể sẽ yêu cầu bạn đặt ít nhất 1,000 sản phẩm một lần.

PPC (Pay per click) - trả tiền theo số click: Một mô hình quảng cáo mà bạn sẽ trả tiền mỗi lần có ai click vào quảng cáo của bạn. Nếu quảng cáo hiển thị mà không ai ấn vào, bạn không phải trả tiền.

Private Label - nhãn hàng riêng: Ra mắt một sản phẩm với thương hiệu riêng của bạn để bạn có thể kiểm soát được danh sách mặt hàng và nguồn cung cấp.

Review - phản hồi: Bình luận hoặc những lời khuyên được người mua viết về sản phẩm (giống phản hồi được kiểm chứng). Review có thể là text, ảnh hoặc video.

SKU (Stock Keeping Unit) - số hiệu giám sát kho hàng: Một số hiệu nhận dạng bằng kí tự chữ và số để giám sát sản phẩm nhằm quản lý kho hàng. Ở Amazon, bạn có thể tạo ra SKU cho từng sản phẩm mà bạn bán hoặc Amazon sẽ làm giúp bạn. Bạn sẽ có SKU của riêng mình. Nếu có ai đó bán một sản phẩm y hệt, họ sẽ phải dùng SKU khác.

Sourcing - nguồn hàng, nhà cung cấp: Tìm người cung cấp phù

hợp về mặt giá cả, chất lượng và các chỉ tiêu khác và chuyển hàng tới cho bạn để bạn bán hàng.

Spend: Con số này thể hiện số tiền mà bạn đã dành cho một quảng cáo cụ thể nào đó.

Sponsored Products - sản phẩm được quảng cáo: Dịch vụ trả tiền theo số click của Amazon, bạn có thể sử dụng để tác động lên số người vào xem trang sản phẩm trên Amazon.

TT (Telegraphic Transfer) - điện chuyển tiền: một hình thức thanh toán quốc tế.

UPC (Uniform Product Code) - mã sản phẩm thống nhất: Đây là một dãy số được sử dụng tại Mỹ để đánh dấu riêng một sản phẩm. Mã này thường hiện thỉ dưới dạng mã vạch.

Verified Review - phản hồi được xác nhận: Phản hồi từ một người mua sản phẩm qua Amazon. Những phản hồi này được đánh giá cao hơn và có sức nặng hơn đối với thứ hạng mà Amazon xếp cho sản phẩm.

PHẦN I
TỔNG QUAN VỀ FBA

Chương 1
FBA LÀ GÌ?

1 GIỚI THIỆU VỀ FBA

FBA là viết tắt của Fulfillment By Amazon - dịch vụ cho phép bạn gửi hàng đến kho của Amazon. Họ sẽ giúp bạn bảo quản và quản lý hàng hóa. Khi nhận được đơn hàng của khách đặt, Amazon sẽ kiểm tra và ship đơn hàng của bạn tới khách hàng từ kho của Amazon. Về cơ bản, đây là một dịch vụ "làm hộ" bạn, nghĩa là Amazon sẽ bán hàng hộ bạn, vận chuyển hộ bạn và chăm sóc khách hàng hộ bạn luôn.

Dịch vụ này ra đời giải quyết được nhu cầu bán hàng, giúp bạn tiết kiệm được rất nhiều tiền đầu tư ban đầu như hệ thống kho bãi, nhân viên, hệ thống xử lý, dịch vụ giao hàng. Việc duy nhất của bạn bây giờ chỉ là:

- Nghiên cứu ngách bán hàng trên Amazon, tìm kiếm và quyết định hàng hóa mà bạn sẽ bán trên website của họ.

- Đặt hàng mà bạn muốn bán hoặc sản xuất hàng bạn có, nói tóm lại là chuẩn bị nguồn hàng.

- Tạo tài khoản và gửi hàng hóa cần bán sang kho của Amazon.

- Dùng các hình thức marketing online để tiếp cận khách hàng nhằm tăng tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng.

2 Trường phái của FBA

Hiện tại FBA đang có hai trường phái Reseller và Private Label.

- Với Reseller, đây là cách bán hàng dựa trên brand của hàng hóa, hay nói cách khác là bán hàng dựa trên brand mà người khác đã

xây dựng.

- Còn Private Label là việc tự xây dựng thương hiệu của chính mình trên website của Amazon và bán hàng ở ngay trên website.

Nội dung của cuốn này sách chủ yếu tập trung vào chia sẻ, hướng dẫn bạn về Private Label.

3 Chuẩn bị cho việc bán hàng trên Amazon

Để đăng ký tài khoản bán hàng trên Amazon thì bạn cần có những thứ sau:

1, Thẻ thanh toán quốc tế Visa/Master;

2, Sao kê tài khoản ngân hàng;

3, Số điện thoại;

4, Passport (hộ chiếu) hoặc Chứng minh nhân dân song ngữ Anh - Việt có công chứng;

5, Tài khoản Payoneer để nhận tiền hàng từ Amazon.

Đây là những thứ chắc chắn bạn phải có trong quá trình đăng ký tài khoản và bán háng trên Amazon.

- Đối với thẻ thanh toán quốc tế Visa/Master bạn phải nộp tối thiểu $39.99 trong tài khoản, và bạn có thể làm tại bất cứ ngân hàng nào, nhưng lưu ý là khi làm nhớ nhắc giao dịch viên kích hoạt tính năng thanh toán quốc tế, bởi có một số ngân hàng không kích hoạt tính năng này.

- Việc đăng ký tài khoản Payoneer được thực hiện qua link: payoneer.com.

- Tài liệu xác minh tài khoản:

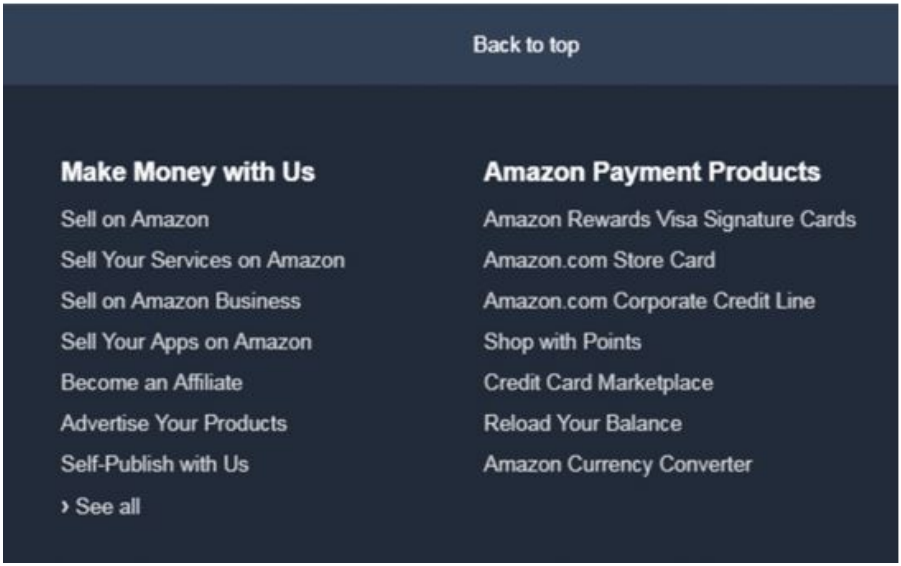
• Hộ chiếu (Passport): Nếu bạn chưa có thì hãy mang chứng minh thư đến Cục quản lý xuất/nhập cảnh tại địa phương để làm, sau khoảng 10 ngày kể từ ngày làm bạn sẽ nhận được hộ chiếu.

• Sao kê tài khoản ngân hàng: Làm thẻ Visa/Master thì sẽ đi kèm luôn tài khoản ngân hàng, sau khi đăng ký tài khoản Amazon xong bạn có thể ra ngân hàng xin họ sao kê. Nhưng lưu ý là, tài khoản của bạn phải có một vài giao dịch chuyển/nhận tiền nữa chứ không phải dùng một tài khoản không có bất cứ giao dịch nào

trên tài khoản để xác minh với Amazon được đâu. Và sao kê phải được in bằng ngôn ngữ English hoặc song ngữ có địa chỉ trên sao kê trùng với địa chỉ mà bạn đã đăng ký với Amazon.

4 Tạo tài khoản trên Amazon

- Bước 1: Vào trang chủ của Amazon.com, kéo đến chân trang, khi đó bạn sẽ thấy như hình sau.



Ở cột Make Money with Us, chọn Sell on Amazon.

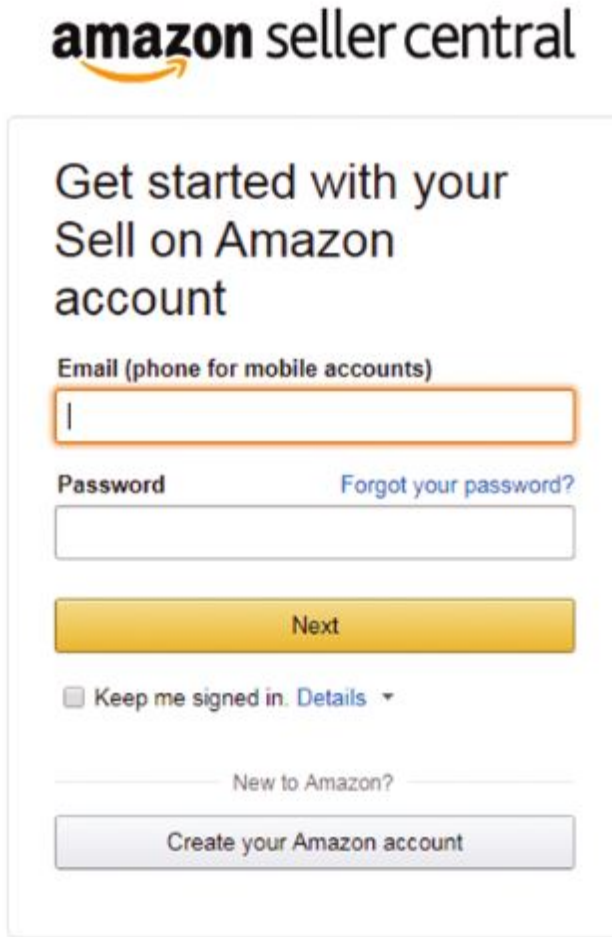
- Bước 2: Màn hình hiện lên như hình bên dưới.

"Over 40% of our profits come from selling on Amazon."
Fernando Aguerrevere
CEO & Partner, Hot Chocolate Design
Start selling
$39.99 a month + additional selling fees

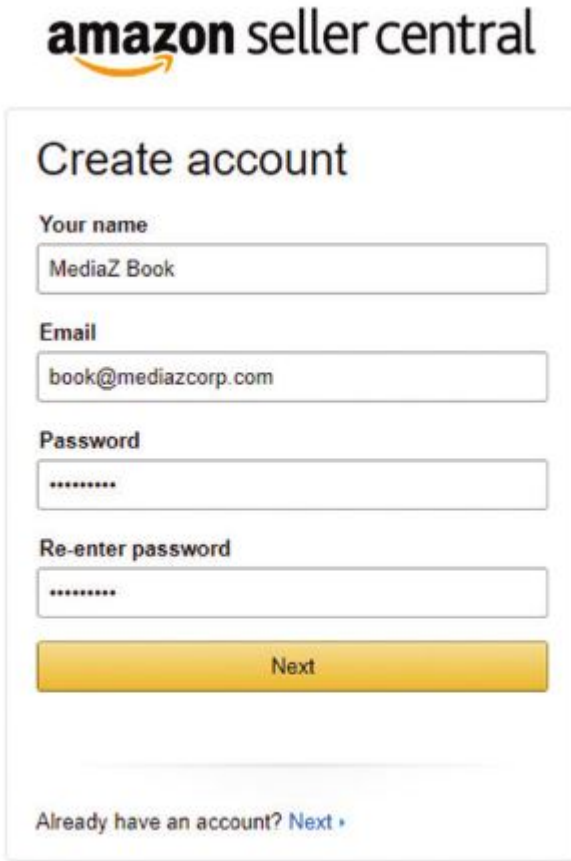
Ở đây, tài khoản có hai hình thức là professional và individual. Dưới đây là bảng so sánh:

Professional	Individual
Tài khoản chuyên nghiệp thì bạn sẽ phải trả phí hàng tháng, nhưng bù lại sẽ được quyền sử dụng nhiều tính năng và dịch vụ cho tài khoản chuyên nghiệp. - Phí hàng tháng là 39.99$. - Không bị tính phí 0.99$ cho mỗi đơn hàng. - Được sử dụng dịch vụ FBA.	Tài khoản cá nhân về cơ bản sẽ không mất phí hàng tháng, những sẽ bị giới hạn nhiều tính năng và phải chịu phí bán hàng trên mỗi đơn vị sản phẩm. - Không bị tính phí 39.99$/ tháng. - Bị tính phí bán hàng là 0.99$ cho mỗi đơn hàng bán được.
- Được bán trên thị trường US và Canada. - Có thể list không giới hạn sản phẩm và sử dụng các công cụ báo cáo chuyên nghiệp. - Được tùy chỉnh giá shipping cho các sản phẩm. - Được chạy các chiến dịch quảng cáo cho các sản phẩm của mình trên Amazon.	- Được sử dụng dịch vụ FBA. - Được bán trên thị trường US và Canada. - Chỉ được list tối đa 40 sản phẩm mỗi tháng.

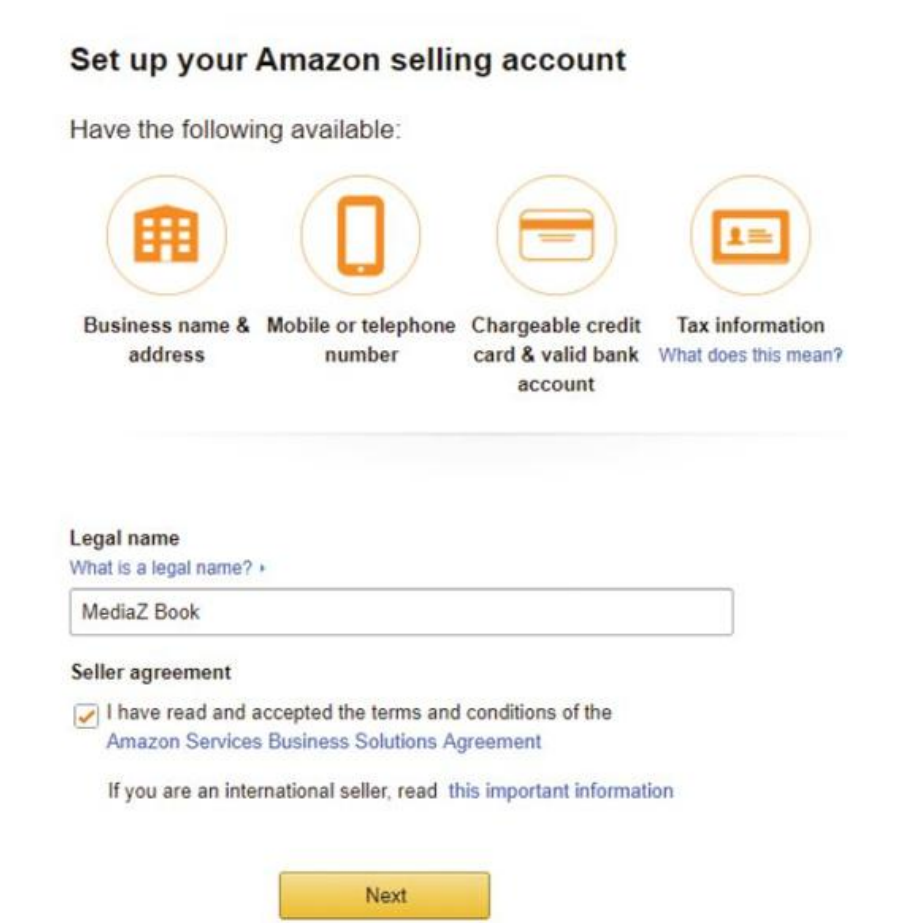
- Bước 3: Nhấn vào Start selling màn hình sẽ ra như này



Tiếp tục click vào Create your Amazon account. Tại đây, bạn nhập đầy đủ họ tên (viết không dấu), địa chỉ email và mật khẩu (Sau này, chúng ta sẽ đăng nhập bằng email và mật khẩu đã chọn).



Click Next để chuyển sang bước tiếp theo.

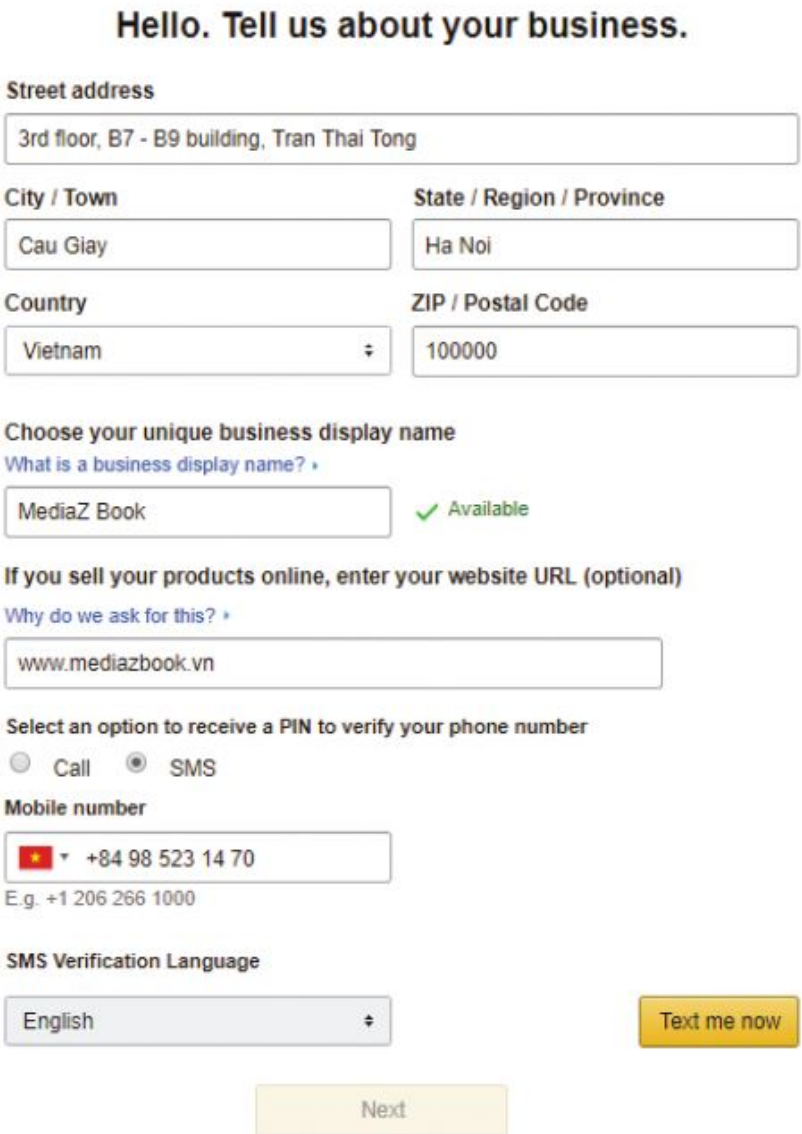

Set up your Amazon selling account
Have the following available:
Business name & address
Mobile or telephone number
Chargeable credit card & valid bank account
Tax information
What does this mean?
Legal name
What is a legal name?
MediaZ Book
Seller agreement
I have read and accepted the terms and conditions of the Amazon Services Business Solutions Agreement
If you are an international seller, read this important information
Next

- Bước 4: Ở bước này, phần Legal name bạn có thể đặt tên của bạn hoặc tổ chức của bạn. Đây là tên mà người mua hàng sẽ thấy trên Amazon. Sau này bạn có thể thay đổi nó nếu không vừa ý.

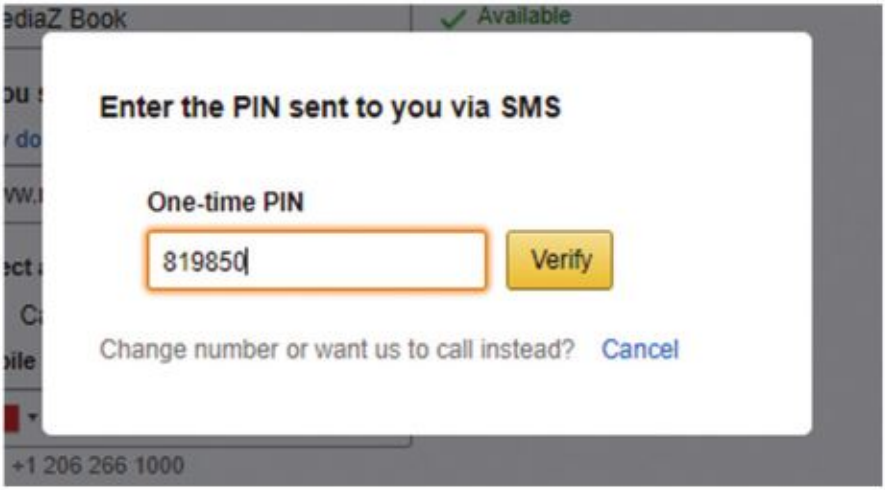
Giờ thì hãy chọn dấu tích ở phần Seller agreement để Next đến bước tiếp.

- Bước 5: Phần này, bạn sẽ nhập đầy đủ các thông tin mà họ yêu cầu.

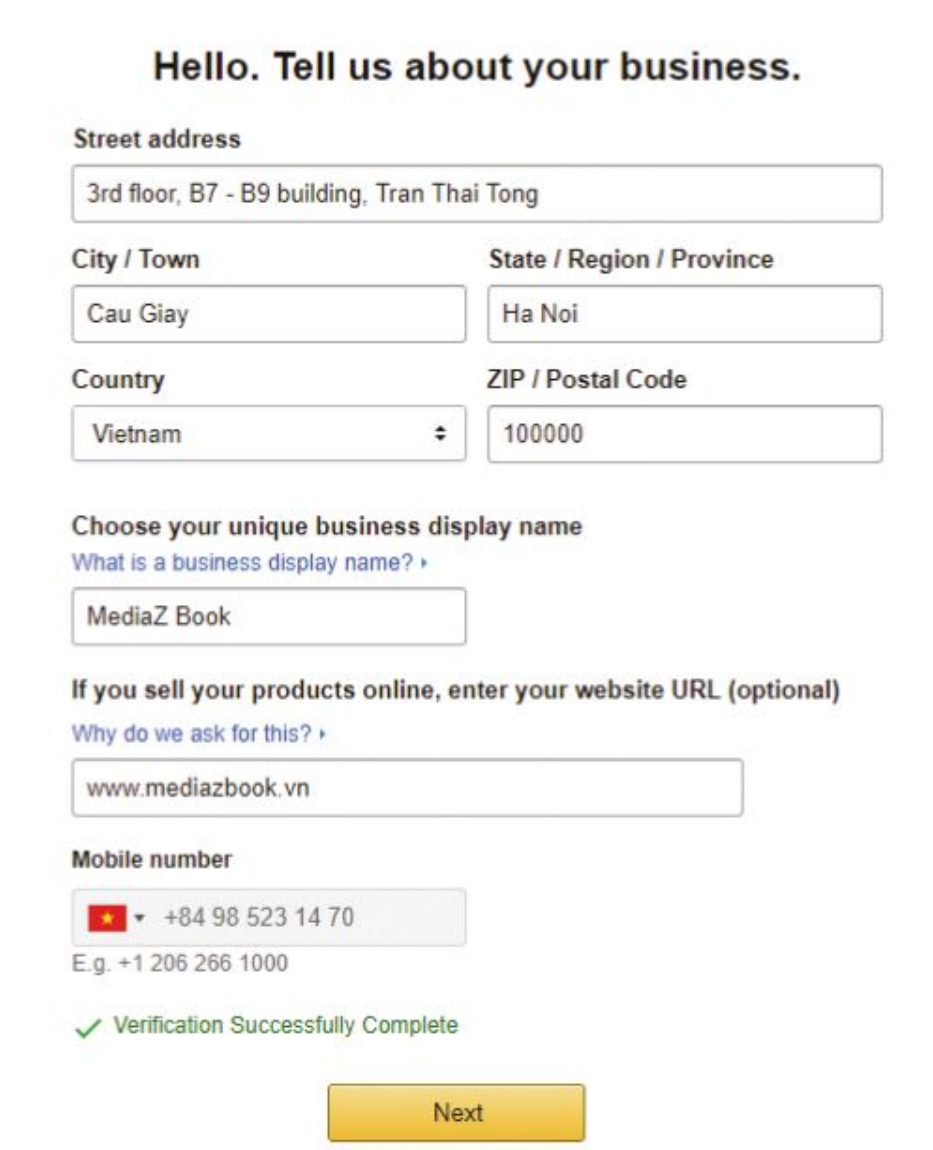
Lưu ý: Địa chỉ bạn nhập phải trùng khớp với địa chỉ mà bạn sử dụng khi đăng ký tài khoản ngân hàng. Khi lấy sao kê, hai địa chỉ này phải trùng khớp với nhau. Tên business thì bạn có thể nhập tên tùy ý, có thể thay đổi sau này. Nếu có website thì thêm website vào, còn không có thì không nhập cũng không sao, tuy nhiên có website sẽ tăng độ tin tưởng đối với Amazon hơn để dễ thành công ở bước xác minh sau này. Bạn có thể tùy chọn option để nhận mã PIN là SMS hoặc Call.



Sau khi nhận được mã code hãy nhập vào khung hình như bên dưới và ấn Verify.



Khi xác nhận số điện thoại thành công, bạn sẽ được thông báo bằng dòng chữ Verification Successfully Complete và dấu tích màu xanh ở bên dưới. Hãy click Next để đến bước tiếp theo.



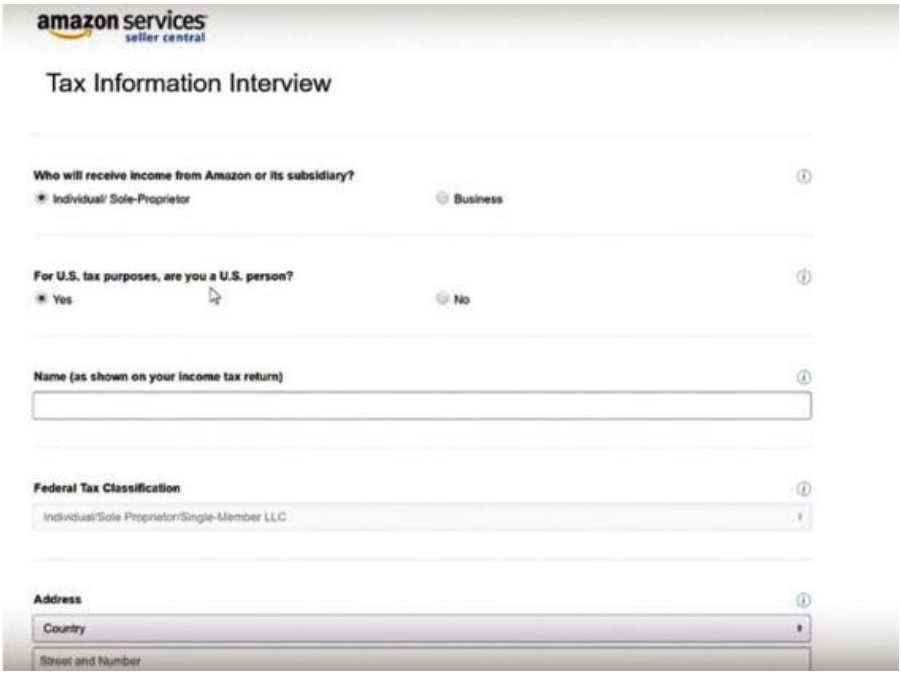
- Bước 6: Add thẻ visa

Hãy nhập số và điền thông tin trên thẻ visa/debit card của bạn vào các ô trên, Amazon sẽ tự động trừ tiền phí của tài khoản này hàng tháng nếu tài khoản Amazon của bạn là Professional. Rồi click Next.

- Bước 7: Bước tiếp theo chúng ta sẽ điền thông tin thuế

Seller Information
Credit card information
4
Tax information
Provide your tax information
This is a mandatory step Add your tax information and validate your W-9 or W-8BEN. A tax interview is required to allow your products to be purchased by Amazon customers.
Back
Start tax interview

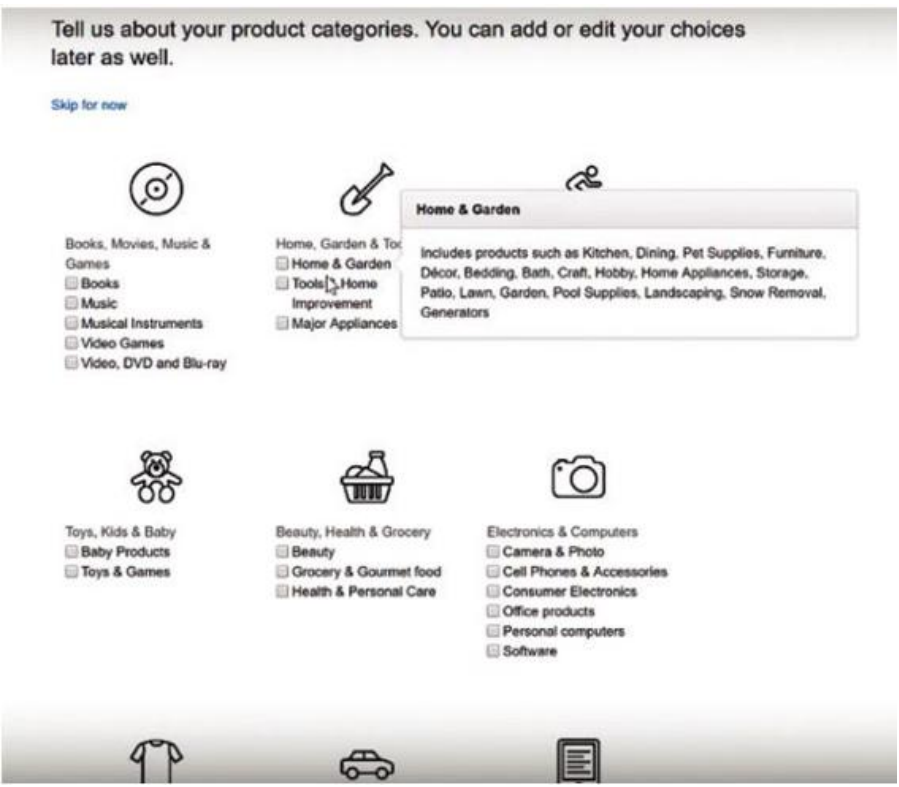
Hãy nhấn vào Start tax interview để bắt đầu.



Điền đầy đủ thông tin trong trang này rồi ấn Submit, màn hình sẽ hiện ra như sau:

Your IRS Form W-8 has been received
Your information has been received. There is nothing else you need to do. We will contact you if we require additional information.
Exit interview

Chúng ta sẽ ấn vào Exit interview và chuyển sang bước tiếp theo. Từ bước này trở đi sẽ tick theo tùy chọn của bạn.


Tell us about your product categories. You can add or edit your choices later as well.
Skip for now
Books, Movies, Music & Games
Books
Music
Musical Instruments
Video Games
Video, DVD and Blu-ray
Home, Garden & Tools
Home & Garden
Tools & Home Improvement
Major Appliances
Home & Garden
Includes products such as Kitchen, Dining, Pet Supplies, Furniture, Décor, Bedding, Bath, Craft, Hobby, Home Appliances, Storage, Patio, Lawn, Garden, Pool Supplies, Landscaping, Snow Removal, Generators
Toys, Kids & Baby
Baby Products
Toys & Games
Beauty, Health & Grocery
Beauty
Grocery & Gourmet food
Health & Personal Care
Electronics & Computers
Camera & Photo
Cell Phones & Accessories
Consumer Electronics
Office products
Personal computers
Software

Chọn các mục ngành hàng mà bạn muốn bán. Đây là bước khai báo Categories sản phẩm sẽ bán, vì không giới hạn nên bạn có thể tick hết nếu muốn, đỡ phải mất công khai báo sau này. Chọn xong

rồi thì click vào Finish ở bên dưới.

Tới đây, về cơ bản thì đã hoàn thiện việc đăng ký tài khoản thành công rồi. Ngoài ra, Amazon còn cho phép bạn bật tính năng bảo mật hai lớp cho tài khoản bằng cách gửi tin nhắn mã code về sms của bạn mỗi lần đăng nhập.

Nếu là tài khoản cá nhân bạn luôn có thể nâng cấp lên tài khoản chuyên nghiệp bằng các làm theo các bước sau. Đây là những thông tin có sẵn trên Amazon.

1. Đăng nhập vào tài khoản bán hàng Amazon.

2. Vào phần thiết lập tài khoản (Account Setting/Account Info).

3. Bạn sẽ nhìn thấy Gói dịch vụ (Selling Plan).

4. Vào Chỉnh sửa gói dịch vụ (Modify Plan).

5. Chọn nâng cấp (Upgrade).

Nếu bạn cảm thấy rắc rối với việc tạo tài khoản, lời khuyên dành cho bạn là nên gọi trực tiếp cho Amazon. Việc bạn nói chuyện trực tiếp với bên chăm sóc khách hàng của họ sẽ hiệu quả hơn nhiều so với việc bạn gửi một email thật dài để giãi bày. Gọi điện luôn nhanh chóng và hiệu quả cao hơn so với việc chờ đợi email phản hồi.

TỔNG KẾT PHẦN I CHƯƠNG 1

• FBA là viết tắt của Fulfillment By Amazon - dịch vụ cho phép bạn gửi hàng đến kho của Amazon. Họ sẽ giúp bạn bảo quản và quản lý hàng hóa. Khi nhận được đơn hàng của khách đặt, Amazon sẽ kiểm tra và ship đơn hàng của bạn tới khách hàng từ kho của Amazon.

• Bán hàng trên Amazon đang có hai trường phái Reseller và

Private Label.

• Để đăng ký tài khoản bán hàng trên Amazon thì người bán cần đáp ứng một số yêu cầu như có thẻ thanh toán quốc tế Visa/ Master, sao kê tài khoản ngân hàng, số điện thoại, passport (hộ chiếu) và tài khoản Payoneer để nhận tiền hàng từ Amazon.

• Hướng dẫn cách tạo tài khoản bán hàng trên Amazon.

Chương 2

QUY TRÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA FBA VÀ NHỮNG VIỆC BẠN CẦN PHẢI LÀM

1 QUY TRÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA FBA

-Bước 1: Khai báo hàng lên Amazon.

List hàng lên Amazon sử dụng Amazon Seller center.

- Bước 2: Gửi hàng đến kho của Amazon.

Dán nhãn bạn được Amazon cung cấp ở bước 1, sau đó gửi hàng hóa của bạn đến kho của Amazon.

- Bước 3: Amazon nhận hàng và bảo quản sản phẩm của bạn trong kho của Amazon.

- Bước 4: Sau khi sản phẩm của bạn được mua, Amazon sẽ đóng gói và vận chuyển chúng đến cho khách hàng.

Khi sử dụng FBA bạn phải trả các chi phí sau:

• Order Handling

• Pick & Pack

• Weight Handling

• Ngoài ra bạn còn phải trả thêm Amazon Referral Fee (Trả cho Amazon và Affiliate Marketer)

2 Những việc bạn cần phải làm khi bước chân vào thị trường này

Làm FBA là phải làm những việc gì? Đây là câu hỏi khiến không ít bạn thắc mắc khi mới bắt đầu tìm hiểu thị trường này. Dưới đây sẽ là check list các đầu việc dành cho bạn, để từ đó có kế hoạch thực hiện hoặc tìm kiếm các đơn vị để thuê ngoài.

2.1. Tìm ngách

• Tìm sản phẩm hot

• Tìm keyword của sản phẩm hot đã tìm được ở trên

• Tham khảo các trang thương mại điện tử để nhập hàng bán chạy ở trên

2.2. Nhập hàng

• Test

• Đặt tên và tạo logo

• Dán barcode

2.3. Tạo brand

• Tên miền

• Website

• Logo

2.4. Viết bài

• Ảnh

• Tiêu đề

• Bullet Point

• Product decription

• Product information

• Search term

2.5. Chạy Ads và lên top keyword

• Tăng review

• Chạy Amazon Ads

• Email

• Facebook

• Google Ads

• Platform khác

TỔNG KẾT PHẦN I CHƯƠNG 2

• Quy trình hoạt động của FBA bao gồm:

- Khai báo hàng lên Amazon

- Gửi hàng đến kho của Amazon

- Amazon nhận hàng và bảo quản sản phẩm của bạn trong kho của Amazon

- Sau khi sản phẩm của bạn được mua, Amazon sẽ đóng gói và vận chuyển chúng đến cho khách hàng.

• Việc bạn cần làm khi bước chân vào thị trường này:

- Tìm ngách: tìm sản phẩm hot, tìm keyword của sản phẩm hot đã tìm được ở trên, tham khảo các trang thương mại điện tử để nhập hàng bán chạy ở trên.

- Nhập hàng: test, đặt tên và tạo logo, dán barcode.

- Tạo Brand: tên miền, website, logo.

- Viết bài: ảnh, tiêu đề, bullet point (5 dòng giới thiệu đầu tiên), product decription (mô tả sản phẩm), product information (thông tin sản phẩm), search term (từ khóa chính)

- Tăng review.

- Chạy Ads: chạy Amazon Ads, Facebook, Google ads, platform khác.

.....

.....

.....

PHẦN II

NGÁCH BÁN HÀNG TRÊN AMAZON

Chương 1
TIÊU CHÍ CHỌN SẢN PHẨM

1 TIÊU CHÍ LỰA CHỌN SẢN PHẨM

Chọn sản phẩm để bán là khâu rất quan trọng, nó quyết định đến 80% thắng bại khi bạn bắt tay vào làm FBA Private Label. Dưới đây sẽ là những tiêu chí VÀNG mà một người bán hàng trên Amazon cần phải ghi nhớ.

- Sản phẩm bán có giá nằm trong khoảng dưới 60$

Với khoảng giá này, tệp khách hàng của bạn sẽ đa dạng hơn. Họ sẽ chú ý và dễ dàng mua hàng của bạn mà không phải cân nhắc nhiều.

- Sản phẩm gọn nhẹ dưới 0.5kg

Nguồn hàng chúng ta nhập từ Alibaba.com, Taobao.com,... Và giá vận chuyển trung bình từ Trung Quốc sang United State bằng đường hàng không rơi vào khoảng 7$/kg. Do đó, nếu sản phẩm bạn chọn quá nặng thì nhiều khả năng phí vận chuyển sẽ bị đội lên cao và lợi nhuận của bạn sẽ giảm, khó có thể cạnh tranh về giá với các đối thủ khác. Tuy nhiên, nếu vẫn muốn thử sức với mặt hàng có khối lượng nặng bạn có thể tham khảo đường biển. Điểm bất cập của loại hình vận tải này sẽ rất mất thời gian, nhanh thì 30 ngày còn chậm thì ... ôi thôi không dám nghĩ đến và tiền sẽ không biết khi nào mới về.

- Sản phẩm đơn giản, không đòi hỏi cao về mặt kỹ thuật, điện tử

Cái này dựa trên kinh nghiệm cá nhân để phân tích. Đồ điện tử đòi hỏi cao về mặt kỹ thuật sẽ rất khó khăn cho bạn khi chúng bị hỏng hóc.

- Sản phẩm bán quanh năm, sản phẩm không phụ thuộc vào hạn sử dụng

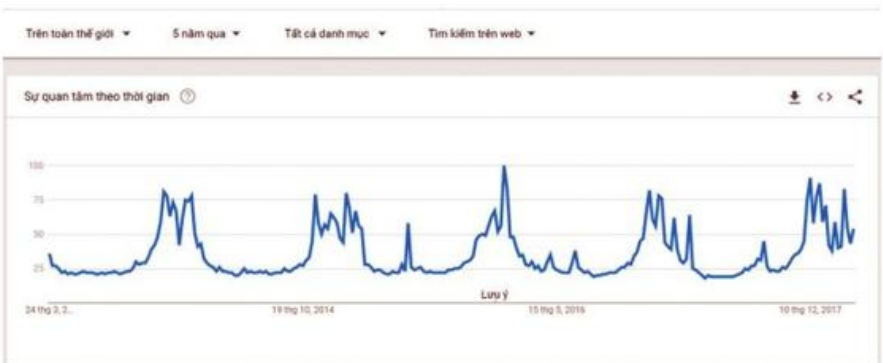
Sản phẩm mùa vụ, sản phẩm có hạn sử dụng là không phải là lựa chọn tốt cho bạn bởi hai lý do.

Thứ nhất, khi hết mùa hàng sẽ bị tồn đọng với phí hàng tồn quá cao, hoặc hết hạn sử dụng bạn sẽ phải bỏ đi cả lô hàng đó. Với 6 tháng đầu tiên, chi phí dành cho việc lưu kho rất rẻ, gần như free nhưng sau 6 tháng thì giá lưu kho là 11,25$/1 cubic foot/ tháng (1 cubic food có kích thước khoảng 12x12x12 inch), phí lưu kho bạn có thể tham khảo thêm tại:

https://amzn.to/2H08mVX

Tip: Bạn có thể check lại Google Trend để quyết định sản phẩm thực chiến bằng cách chọn quốc gia là US, search keyword tại: https:// www.google.com.vn/trends, nếu thấy biểu đồ chạy đều đều cả năm thì đó là sản phẩm bạn cần chọn.

Dưới đây là một biểu đồ tìm kiếm từ khóa trong 5 năm, ví dụ cho việc sản phẩm có tính mùa vụ:



Thứ hai, khi hủy hàng thì dĩ nhiên bạn sẽ mất top trên Amazon, tới thời điểm mùa vụ năm sau bạn sẽ phải kéo nó lên tại từ đầu.

Với hàng bán quanh năm, khi sản phẩm đang bán đã lên top, đừng quên giữ, check kho và tính toán thời gian để có thể bổ sung hàng hóa kịp thời. Ví dụ supplier sản xuất và gửi hàng tới kho Amazon trong vòng 12 ngày, bạn đang bán được 10 sale/ngày thì khi số lượng hàng hóa khoảng 150 thì đừng quên liên hệ với supplier để tiếp tục đặt hàng.

Tip: Nếu bạn quên hoặc hàng về không kịp thì hãy tăng giá bán thật cao để giảm sale, mặc dù cách này có thể làm tụt top một chút nhưng vẫn tốt hơn việc bạn để trạng thái hàng hóa là out of stock.

- Sản phẩm phải có lợi nhuận (Tỷ suất lợi nhuận - không tính phí FBA phải lớn hơn 100%)

Công thức tính lợi nhuận:

Lợi nhuận = giá bán - giá mua - phí ship - phí FBA - phí quảng cáo

Phí FBA khoảng 30% giá bán và chỉ phải tính sau khi hàng được bán và chi tiết được tính tại:

https://amzn.to/1HOEml5

Ví dụ với bàn chải lông chó (dog grooming brush) đang bán trên Amazon với giá trung bình 10$, ở Alibaba đang bán với giá 1$, giá ship 1$, phí FBA 3$, phí quảng cáo 1$, như vậy lợi nhuận dự kiến sẽ là 4$, tỷ suất lợi nhuận dự kiến là 4/3=133%

Tất nhiên đây chỉ là một trong những điều kiện cần để bạn chọn sản phẩm bán trên Amazon.

- Không liên quan đến bản quyền thương hiệu

Đó là các sản phẩm ví dụ như cốc in hình chuột Mickey hay cũng có thể là áo in hình Doraemon. Với US thì bạn có thể vào http://uspto.gov để check bản quyền thương hiệu.

2 Kế hoạch hành động

Lựa chọn bất cứ kế hoạch bán hàng nào là do bạn, không có kế hoạch nào đúng, cũng chẳng có kế hoạch nào sai hoàn toàn. Tất cả đều hiệu quả nên bạn chọn cái nào là tùy thuộc vào khả năng của bạn. Dưới đây là các kế hoạch tìm ngách sản phẩm để bán dành cho bạn.

- Kế hoạch 1: Chiến top 100 mặt hàng bán chạy nhất trong ngách.

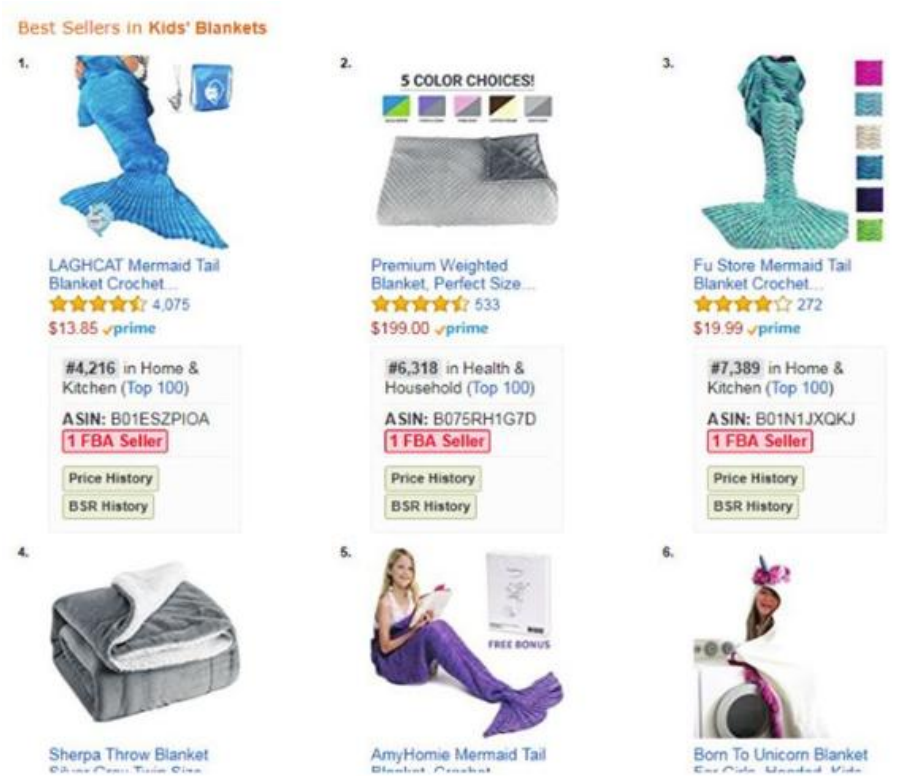
Nếu bạn chọn cách này, cuộc chiến sẽ cạnh tranh hơn và rất khốc liệt nhưng sẽ có con đường đi cho bạn nếu bạn đã chọn thực hiện theo kế hoạch này. Hàng hóa bán chạy trên Amazon được hiển thị tại:*https://www.amazon.com/gp/bestsellers*

Tại link này, sẽ có top 100 sản phẩm bán chạy nhất với các danh mục khác nhau. Ví dụ như top Toy & Game, Home & Kitchen...

Vì là top 100 nên bạn sẽ không nhất thiết phải tập trung vào chỉ mỗi trang đầu mà hãy cố gắng xem hết cả các trang tiếp theo nữa để nắm bắt sản phẩm. Với mỗi danh mục lại có rất nhiều các danh mục nhánh, và cả các nhánh con. Ví dụ ở dưới mà đối với danh mục Home & Kitchen bạn sẽ thấy các danh mục con như Kid's Home Store, Kitchen & Dining, Bedding...

Trong Kitchen & Dining lại có nhiều danh mục con khác nữa.

Bạn sẽ thấy những sản phẩm gần như giống hệt nhưng hình minh họa khác nhau. Lấy ví dụ với mục Kid's Blankets, chiếc chăn hình đuôi cá này được xuất hiện với tần xuất khá nhiều trên mục này của Amazon. Chắc hẳn rằng đây là sản phẩm đang bán chạy như tôm tươi với lợi nhuận cao. Không khuyên bạn bán chiếc chăn này, nhưng ví dụ minh họa với nhiều sản phẩm giống hệt nhau được hiển thị liên tục thì nó rất đáng cho bạn để tâm chú ý.



- Kế hoạch 2: Chiến các sản phẩm nằm trong top 2000

Đây cũng là mỏ vàng đặc biệt, nhất là với những người mới bắt đầu vì thị trường ít cạnh tranh hơn. Hầu hết mọi người đều bỏ qua top 2000 vì họ nghĩ rằng các sản phẩm này sẽ không mang dòng tiền về. Nhưng cực kỳ sai lầm! Bạn có thể lợi dụng việc này để tìm kiếm sản phẩm ngách để bán. Bạn có thể dùng tool, ở đây mình đề xuất sử dụng tool **Jungle Scout**.

- Kế hoạch 3: Chiến các sản phẩm có mức giá thấp, dưới 10$.

Những sản phẩm này hoặc sẽ là có hàng tá phản hồi, hoặc là chẳng có cái nào, và giá bán thường rất là rẻ. Sẽ thật khó để bạn giàu lên từ những sản phẩm này, nhưng nó cũng sẽ cung cấp cho bạn nguồn thu ổn định. Từ khóa thích hợp nhất cho những người đi theo cách làm này là SỐ LƯỢNG. Đừng quên, mặc dù giá rẻ nhưng mặt hàng này vẫn phải có ích cho người tiêu dùng ví dụ như mũ tắm cho trẻ em, bộ cọ trang điểm…

Nếu có thể bán được số lượng lớn (bán buôn) thì những sản phẩm này có thể trở thành máy kiếm tiền đích thực dành cho bạn.

- Kế hoạch 4: Dĩ nhiên là thiết lập mối quan hệ bắt tay hợp tác cùng ai đó

Nếu bạn có vốn, nhưng lại thiếu kỹ năng hay ngược lại thì bạn có thể tận dụng khả năng của mình và bắt tay hợp tác cùng một ai đó đã và đang bán hàng trên Amazon. Rất khả thi đúng không?

Nhưng hãy cân nhắc và lựa chọn thật kỹ, đừng để bị mờ mắt bởi những lời hứa hẹn bóng bẩy. Bán hàng trên Amazon là việc cực kỳ khả thi nhưng bù lại bạn trẻ phải trả giá đầu tư bằng rất nhiều công sức cùng sự nỗ lực.

TỔNG KẾT PHẦN II CHƯƠNG 1

• Tiêu chí lựa chọn sản phẩm:

- Sản phẩm bán có giá nằm trong khoảng dưới 60$

- Sản phẩm gọn nhẹ dưới 0.5kg

- Sản phẩm đơn giản, không đòi hỏi cao về mặt kỹ thuật, điện tử

- Sản phẩm bán quanh năm, sản phẩm không phụ thuộc vào hạn sử dụng.

- Sản phẩm phải có lợi nhuận cao (Tỷ suất lợi nhuận - không tính phí FBA phải lớn hơn 100%)

- Không liên quan đến bản quyền thương hiệu

• Kế hoạch hành động trong việc lựa chọn sản phẩm bán:

- Kế hoạch 1: Chiến top 100 mặt hàng bán chạy nhất trong ngách.

- Kế hoạch 2: Chiến các sản phẩm nằm trong top 2000

- Kế hoạch 3: Chiến các sản phẩm có mức giá thấp, dưới 10$.

- Kế hoạch 4: Dĩ nhiên là thiết lập mối quan hệ bắt tay hợp tác cùng ai đó

.....

.....

.....

Chương 2
ĐÁNH GIÁ NGÁCH BÁN CHẠY TRÊN AMAZON

1 Cài Tool nghiên cứu ngách và sản phẩm

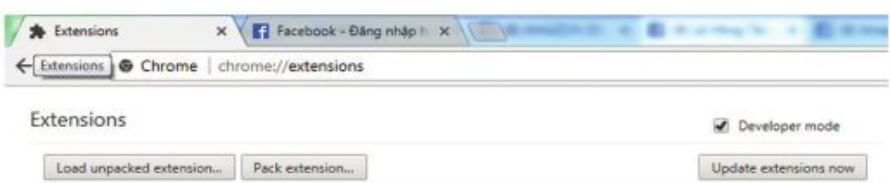
DS Amazon Quick View: xem nhanh thông số sản phẩm trên Amazon

Download addon: *https://bit.ly/2J2hSWd*

- Giải nén file zip down về

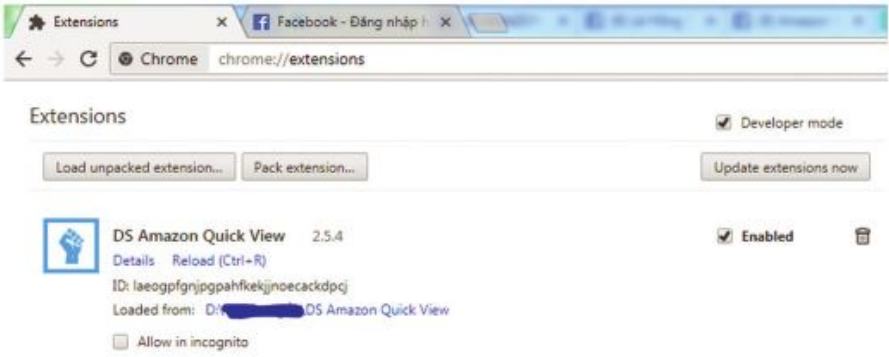
- Vào Chrome, mở Settings > Extensions

- Check chọn Developer Mode rồi chọn Load unpacked extension

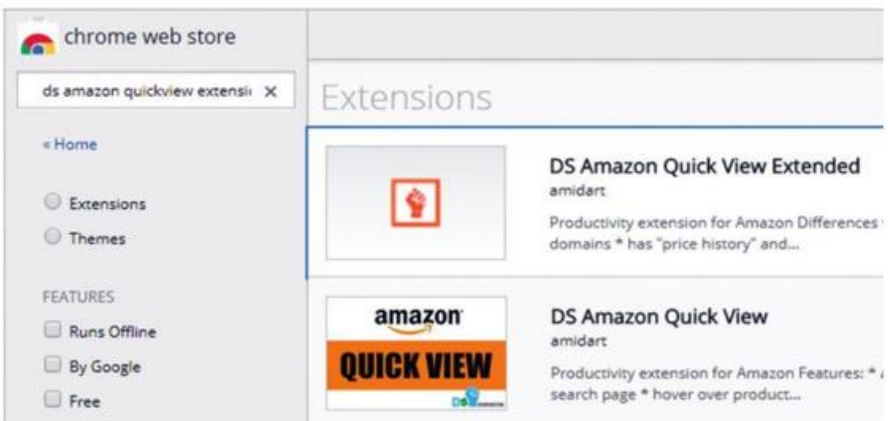


- Chọn folder đã giải nén ra

- Done!



Tuy nhiên, hiện giờ Add-on DS Amazon Quick View đang bị hạn chế chức năng và được cập nhật bằng Add-on mới có tính phí là DS Quickview Extentions với giá 317.999 VNĐ.



Jungle Scout Extension: Xem nhanh thông số sản phẩm trong cùng 1 ngách với giá 130$ dùng vĩnh viễn.

- Vào *https://www.junglescout.com*

- Đăng nhập tài khoản

- Trên đầu trang web, chuyển đến tab Chrome Extension

- Cài đặt và đăng nhập bằng tài khoản như trên

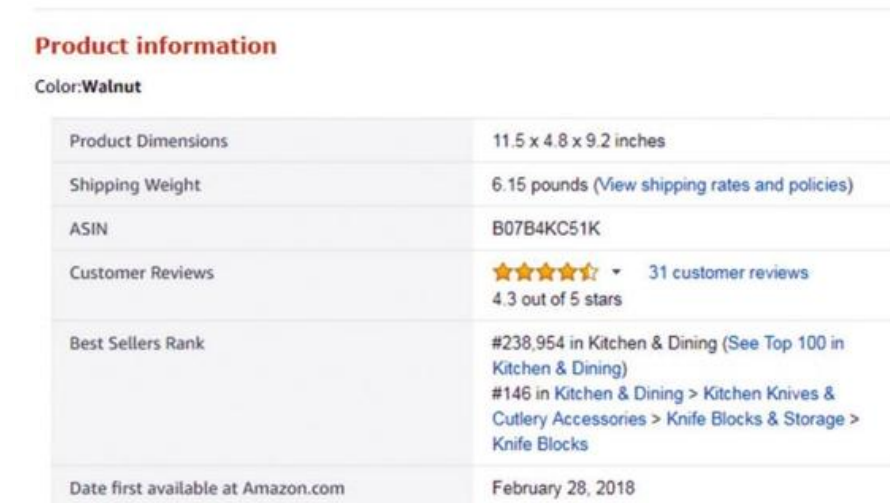
Hoặc nếu không dùng Jungle Scout Extension có thể sử dụng

AMZ Scout Pro Add-on của Chome.

2 Tìm ngách hàng bán chạy trên Amazon

Theo nhu cầu, khi khách hàng cần họ sẽ tìm kiếm keyword rồi mua hàng, keyword đó được xem là ngách, và việc bạn tìm ngách sản phẩm để bán chính là việc tìm ra keyword đó. Việc của bạn hiện giờ là làm ngược lại với khách hàng. Bạn tìm ra sản phẩm bán chạy theo các tiêu chí cân nặng, giá, rank và trên cơ sở đó để tìm ra keyword của hàng hóa đó.

Sản phẩm đang bán chạy được xác định qua rank của sản phẩm trên Amazon tại phần Product Information (Thông tin sản phẩm) hoặc Product Detail (Chi tiết sản phẩm).



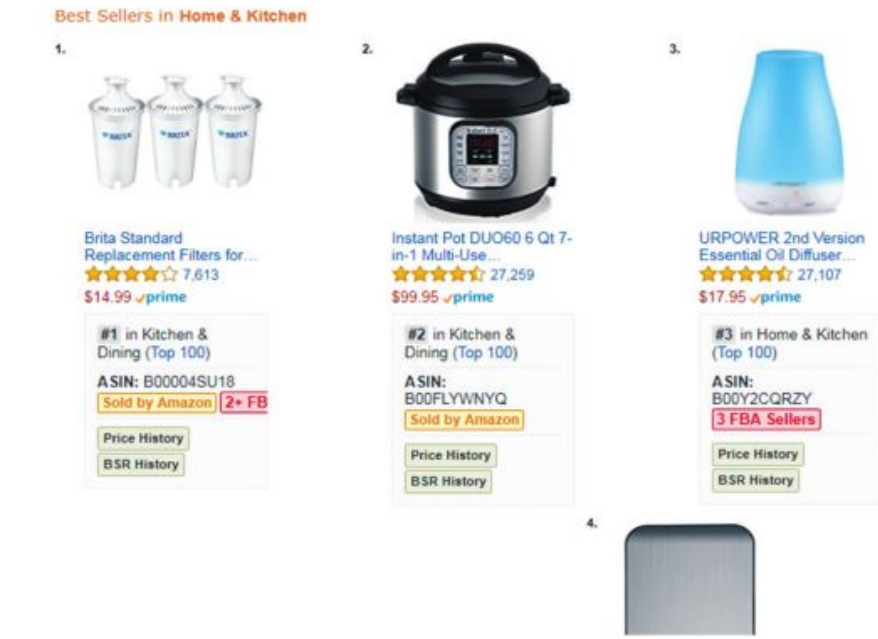
Product information

Color:**Walnut**

Product Dimensions	11.5 x 4.8 x 9.2 inches
Shipping Weight	6.15 pounds (View shipping rates and policies)
ASIN	B07B4KC51K
Customer Reviews	31 customer reviews 4.3 out of 5 stars
Best Sellers Rank	#238,954 in Kitchen & Dining (See Top 100 in Kitchen & Dining) #146 in Kitchen & Dining > Kitchen Knives & Cutlery Accessories > Knife Blocks & Storage > Knife Blocks
Date first available at Amazon.com	February 28, 2018

#238,954 là rank của danh mục lớn Kitchen & Dining, #146 là rank của danh mục con cuối cùng Knife Blocks. Cái chúng ta cần quan tâm là rank của danh mục lớn, vị thế càng cao thì hàng hóa càng bán chạy.

Khi cài DS Amazon Quick View thì bạn sẽ thấy được rank và một số thông tin của sản phẩm được hiển thị ra ngoài màn hình chính khi bạn tìm kiếm mà không phải click vào sản phẩm để xem các thông tin chi tiết.



Với Add-on Amazon Quick View thì nội dung hiển thị sẽ được nhiều hơn khi bạn di chuột tới sản phẩm cần xem như về kích thước, khối lượng ASIN, UPC, rank của sản phẩm mà không cần click vào xem.

See Size & Color Options
Item Weight: 1.57 pounds
Shipping Weight: 1.6 pounds (View shipping rates and policies)
ASIN: B071VCZKND
UPC: 702854699927
Average Customer Review: 643 customer reviews
Amazon Best Sellers Rank: #788 in Beauty & Personal Care (See Top 100 in Beauty & Personal Care)
#1 in Home & Kitchen > Kids' Home Store > Kids' Bath > Kids' Bathroom Accessories
#13 in Beauty & Personal Care > Fragrance > Aromatherapy > Diffusers
#64 in Home & Kitchen > Bath
Product Warranty: For warranty information about this product, please click here
Would you like to tell us about a lower price?
ASIN: B071VCZKND
2 FBA Sellers
Price History
BSR History
Price History
BSR History

Tuy nhiên với DS Amazon Quick View Extentions được hiển thị thêm các nội dung liên quan đến lịch sử giá, lịch sử BSR của các sản phẩm dưới dạng đồ thị.

Khi lựa chọn được sản phẩm để làm, bạn phải lựa chọn được từ khóa cho sản phẩm đấy - từ mà khách hàng thường hay search để tìm kiếm sản phẩm đó. Trở lại với ví dụ chăn hình đuôi cá thì từ khóa được xác định sẽ là Mermaid Tail Blanket Crochet. Vì keyword có liên quan chặt chẽ đến kết quả thực hiện sau này nên việc tìm kiếm và lựa chọn phải cân nhắc kỹ.

Kids' Bedding › Blankets
Fu Store
Fu Store Mermaid Tail Blanket Crochet Mermaid Blanket for Adult, Super Soft All Seasons Sofa Sleeping Blanket, Cool Birthday Wedding Christmas Valentine's Day Gift, 71 x 35 Inches, Mint Green
272 customer reviews | 15 answered questions
Amazon's Choice for "gift for friend"
Price: $19.99
View promotion details 1 Applicable Promotion
In Stock.
This item does not ship to Vietnam. Please check other sellers who may

Vậy là đã hoàn thành xong việc tìm kiếm một ngách sản phẩm. Để có thể đối chiếu so sánh và cân nhắc các ngách để chiến FBA, chúng ta sẽ tổng hợp tất cả các thông tin tìm kiếm được để có thể làm tiêu chí lựa chọn sau này.

Dưới đây là mẫu tổng hợp.

A	B	C	D	E
Number	Product	Keyword	Rank	Price

3 Đánh giá ngách để chiến FBA

Chọn ngách và sản phẩm đúng chuẩn bạn đã nắm chắc được 80% thành công. Và cũng giống như chọn sản phẩm để bán, việc đánh giá cũng có những tiêu chí vàng của nó.

3.1. Độ chuyên nghiệp của Seller và sự cạnh tranh của quảng cáo

Bằng cách search từ khóa mà bạn đã tìm được ở bước 2 trên trang Amazon và đánh giá các kết quả tìm kiếm, bạn sẽ biết tham gia ngách đó có những người bán hàng chuyên nghiệp hay không.

- Số lượng quảng cáo hiển thị được tài trợ lớn

- Tiêu đề được chăm chút mô tả khá dài

- Số lượng hình ảnh nằm trong khoảng 7 đến 9 ảnh

- Hình ảnh có chú thích và mô tả rõ ràng

- Mô tả về sản phẩm cụ thể, có thể được viết in hoa những ý chính và giải thích được những ý đó.

Đó chính là ngách của những người bán hàng chuyên nghiệp và newbie nên hạn chế bước chân vào những ngách này, bởi ở đây đã có sự cạnh tranh, khó có thể chen chân vào.

DWG
Mermaid Tail Blanket Crochet Blanket for Adult All Seasons Warm and Soft your Sleeping Blankets,Comfortable Classic Blanket models (Mint Green)
12 customer reviews | 3 answered questions
Price: $16.99
Only 13 left in stock - order soon.
This item does not ship to Vietnam. Please check other sellers who may ship internationally. Learn more
Sold by Valbuy and Fulfilled by Amazon. Gift-wrap available.
Color: Mint Green
$15.79
$14.99
$16.99
$15.79
SKIN FRIENDLY - It was made by high quality acrylic material,SOFT&WARM&BREATHABLE.Cover with it just like under mother's cherish.Suitable for all seasons.
HIGHLY VERSATILE - Sleeping blanket keeps your or your kids warm in cold ambience.Great to wrap on the sofa,couch,bed or car for reading,watching TV or nap sleep, it also can keep warm in air conditioning house.
UTILITY AND DURABLE - It is all season type with suitable thickness,we have used stretchy fibre materials that fit for different

3.2. Ngách có ít nhất 3 sản phẩm, có rank từ 300 - 5000

Đây là một tiêu chí đủ để bạn chọn ngách sản phẩm để bán. Việc search từ khóa sẽ được thực hiện ngay trên chính trang chủ của Amazon và có sự hỗ trợ của Add-on *Jungle Scout Extension* hoặc *AMZ Scout Pro* đã cài trước đó để xác định rank của sản phẩm.

Ngách sẽ được chọn khi sản phẩm không nằm trong top 300 sản phẩm bán chạy của Amazon và có ít nhất 3 sản phẩm có rank nằm trong khoảng 300-5000.

3.3. Số lượng review ở mỗi sản phẩm không lớn hơn 500

Lượng review của mỗi sản phẩm phần nào đánh giá được mức độ cạnh tranh trong ngạch hàng đó. Số lượng review trung bình của ngạch sản phẩm càng cao thì mức độ cạnh tranh càng lớn.

3.4. Kết quả tìm kiếm của keyword trên trang chính không vượt quá 10.000

Đây là chỉ số cho biết số reseller đã tham gia ngành hàng. Tổng hợp số kết quả tìm kiếm được hiển thị ở góc trên bên trái màn hình. Ví dụ với keyword Mermaid tail Blanket Crochet có 762 kết quả hiển thị, khá ít cạnh tranh trong ngành hàng này.

Đừng quên check lại các điều kiện cần để lựa chọn sản phẩm đặc biệt là *tỷ suất lợi nhuận không tính phí FBA dự kiến phải lớn hơn 100%* và *sản phẩm phải được bán quanh năm.*

Tip: So sánh sale ngách

Sau các bước trên, bạn đã có một danh sách dài các ngách, các sản phẩm dự tính bán và đang phân vân không biết nên chọn ngách nào, sản phẩm nào để làm thì việc so sánh lượng sale của ngách đó là một lựa chọn khá hay.

Để check được chính xác lượng sale một ngày của sản phẩm bạn đưa sản phẩm đó vào giỏ hàng và edit số lượng là 999, nó sẽ tự nhảy về số lượng sản phẩm còn trong kho. Sau 24 giờ làm lại bước trên thì lượng chênh lệch chính là lượng sale trong ngày. Thực hiện cách làm trên với các sản phẩm nằm trong top 10, nếu quá ít bạn nên chuyển qua danh mục hàng hóa khác.

Lưu ý: Cách này chỉ áp dụng được khi số lượng sản phẩm còn lại trong kho nhỏ hơn 1000 sản phẩm.

TỔNG KẾT PHẦN II CHƯƠNG 2

• Cài Tool **DS Amazon Quick View** để có thể xem nhanh chi tiết sản phẩm trên Amazon, **Jungle Scout Extension** để xem nhanh thông số của một sản phẩm trong cùng một ngách.

• Sản phẩm đang bán chạy được xác định qua rank của sản phẩm trên Amazon tại phần Product Information hoặc Product Detail.

• Đánh giá ngách bán chạy để chiến FBA thông qua tiêu chí:

- Độ chuyên nghiệp của Seller và sự cạnh tranh của quảng cáo

- Ngách có 3 sản phẩm, có rank từ 300 - 5000

- Số lượng review ở mỗi sản phẩm không lớn hơn 500

- Kết quả tìm kiếm của keyword trên trang chính không vượt quá 10.000

• Mẹo nhỏ check được chính xác lượng sale một ngày của sản phẩm bạn đưa sản phẩm đó vào giỏ hàng và edit số lượng là 999, nó sẽ tự nhảy về số lượng sản phẩm còn trong kho. Sau 24 giờ làm lại bước trên thì lượng chênh lệch chính là lượng sale trong ngày. Thực hiện cách làm trên với các sản phẩm nằm trong top 10, nếu quá ít bạn nên chuyển qua danh mục hàng hóa khác.

.....

.....

.....

.....

PHẦN III
NHẬP HÀNG

Chương 1
CÁCH TÌM HÀNG FBA VÀ CÁCH ĐÁNH GIÁ SHOP UY TÍN

1 CÁCH TÌM HÀNG FBA

Rất nhiều người mới gia nhập cuộc chơi dễ dàng bỏ cuộc khi gặp khó khăn trong khâu tìm sản phẩm của ngách mà họ đang dự định bán. Bước đầu tiên luôn là bước khó khăn, nhất là khi bạn đang trong giai đoạn "cảm" thị trường. Nhưng đừng quá lo lắng, một khi đã ra chiến trường và đúc rút kinh nghiệm, bạn sẽ thấy nó dễ dàng hơn rất là nhiều.

Sản phẩm được chọn luôn đi liền với mức doanh thu và lợi nhuận dự kiến, cho nên việc mua bán với giá sản phẩm như thế nào để đảm bảo tỷ suất lợi nhuận là điều mà bạn nên cần chú tâm. Bạn tìm nhãn hàng riêng là những công thức hoặc sản phẩm đã hoàn thiện nhưng không có thương hiệu mà bạn phải lựa chọn và gắn thương hiệu cho chúng. Úm ba la... bạn đã có một thương hiệu riêng cho mình.

Dưới đây sẽ là một vài gợi ý để bạn có thể tìm ra sản phẩm muốn mua. Hãy chọn ra một cách và tập trung với nó một vài ngày cho đến khi tìm ra được sản phẩm mà bạn đang nhắm đến.

- Gợi ý 1: Nhờ sự giúp đỡ của Google

Nhãn hàng riêng cho sản phẩm của bạn là hướng đi bạn đang dự tính, vậy thì đừng do dự để search từ khoá tên sản phẩm cùng với "nhãn hàng riêng". Ví dụ bạn đang muốn bán gối thì đừng do dự search từ khóa "Pillow Private Lables" hay cũng có thể tìm về nhà máy sản xuất gối. Tin mình đi, sẽ có nhiều sự bất ngờ khi bạn bắt tay vào làm đấy.

Hay cũng có thể thử sức bằng cách search hình ảnh sản phẩm trên chính trang Google. Khi đó kết quả trả về sẽ bao gồm: keyword sản phẩm, link nguồn sản phẩm và cả các hình ảnh chứa link nguồn sản phẩm.

- Gợi ý 2: Mua hàng trên các trang thương mại điện tử như Alibaba, Taobao, 1688

Đây là câu trả lời cho câu hỏi tìm nguồn hàng ở đâu. Tại các website này, nếu không biết tiếng Trung bạn có thể sử dụng sự hỗ trợ của Add-on Google dịch hay website Google Translate ra tiếng Trung giản thể.

Bạn có thể dễ dàng liên hệ với các nhà cung cấp thông qua các tin nhắn direct trên chính website về các nội dung mà bạn đang thắc mắc trước khi đưa ra quyết định mua cuối cùng về sản phẩm mẫu, thời gian nhận được sản phẩm mẫu, việc dán logo lên sản phẩm mua, giá, phương thức thanh toán, thời gian xuất hàng…

2 Cách đánh giá shop uy tín

Lấy ví dụ với website bán hàng **1688.com**, thì shop uy tín được đánh giá qua các tiêu chí liên quan đến hoạt động kinh doanh, bán hàng trên website.

- Shop được đánh giá uy tín với biểu tượng đầu trâu

Đây là tiêu chí được đánh giá là quan trọng và chất lượng nhất. Khi shop bán hàng được đánh giá với biểu tượng đầu trâu có nghĩa là tất các các yếu tố khác của shop khá tốt. Cụ thể như có xưởng sản xuất, gia công lắp đặt, chất lượng sản phẩm đảm bảo, chế độ bảo hành hay đổi trả nhanh. Tuy nhiên, đồng nghĩa với nó là giá thành sản phẩm của các shop có biểu tượng đầu trâu sẽ cao hơn các shop bình thường.

Bạn sẽ giảm thiểu được rủi ro bởi các shop có biểu tượng đầu trâu nếu hàng lỗi, sai mà không đổi trả cho khách sẽ bị ban ra khỏi hệ thống thương mại điện tử Trung Quốc và bị bồi hoàn một khoản tiền khoảng 35 triệu Việt Nam đồng để trả cho khách hàng.

- Xếp hạng shop

Khi không được xếp hạng đầu trâu thì shop được đánh giá về số lượng biểu tượng ngôi sao, kim cương hay vương miện. Dưới đây là shop được đánh giá hai kim cương tương đương với 2 triệu đến 5 triệu điểm. Điểm này là tổng hợp của các giao dịch thành công do khách hàng đánh giá ở ba mức tốt, trung bình và kém ứng với các mức điểm 1- ,0 ,1+.

- Số lượng sản phẩm bán được

Một trong số những tiêu chí đánh giá shop để ra quyết định mua là số lượng sản phẩm mà shop đã bán ra thị trường. Số lượng bán được càng nhiều thì mức độ shop uy tín càng cao.

- Review của khách hàng

Số lượng review lớn, có nhiều review tốt là những tiêu chí giúp bạn xác định shop bán hàng uy tín.

- Tuổi đời của Shop

- Tỷ lệ mua lại hàng

Bạn cũng có thể tìm được những người đã thử sản phẩm của họ, có thể đó là một người bạn của bạn, cũng có thể là những thành viên trong group “Amazon Việt Nam”.

Và đừng bao giờ đánh liều mạo hiểm đặt một đơn hàng lớn khoảng từ $5000-$20000 khi bạn chưa kiểm nghiệm mức độ tiềm năng của thị trường ngách bạn đang đánh chiếm.

TỔNG KẾT PHẦN III CHƯƠNG 1

• Bạn tìm nhãn hàng riêng là những công thức hoặc sản phẩm đã hoàn thiện nhưng không có thương hiệu mà bạn phải lựa chọn và gắn thương hiệu cho chúng thông qua sự giúp đỡ của Google hoặc mua hàng trên các trang thương mại điện tử như Alibaba, Taobao, 1688.

• Tiêu chí đánh giá shop uy tín bao gồm:

- Shop được đánh giá uy tín với biểu tượng đầu trâu

- Xếp hạng shop

- Số lượng sản phẩm bán được

- Review của khách hàng

- Tuổi đời của Shop

- Tỷ lệ mua lại hàng

• Và đừng bao giờ đánh liều mạo hiểm đặt một đơn hàng lớn khoảng từ $5000-$20000 khi bạn chưa kiểm nghiệm mức độ tiềm năng của thị trường ngách bạn đang đánh chiếm.

.....

.....

.....

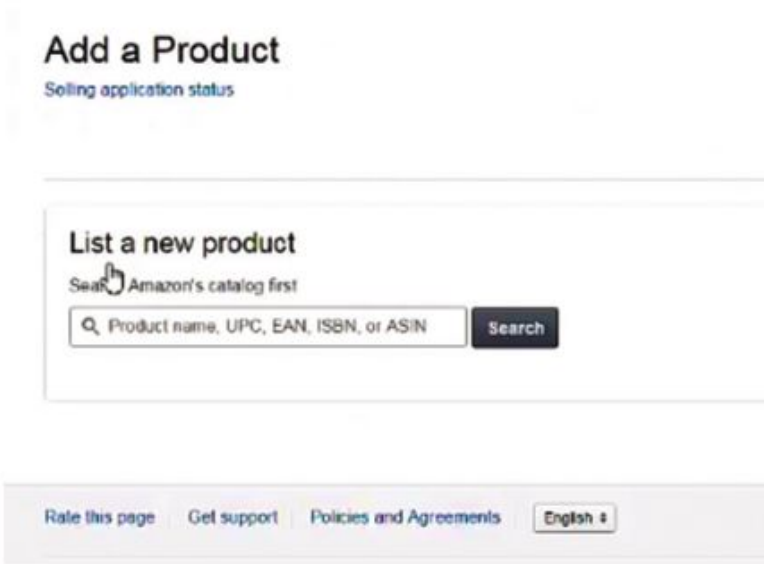
.....

Chương 2
CÁCH LIST HÀNG LÊN AMAZON

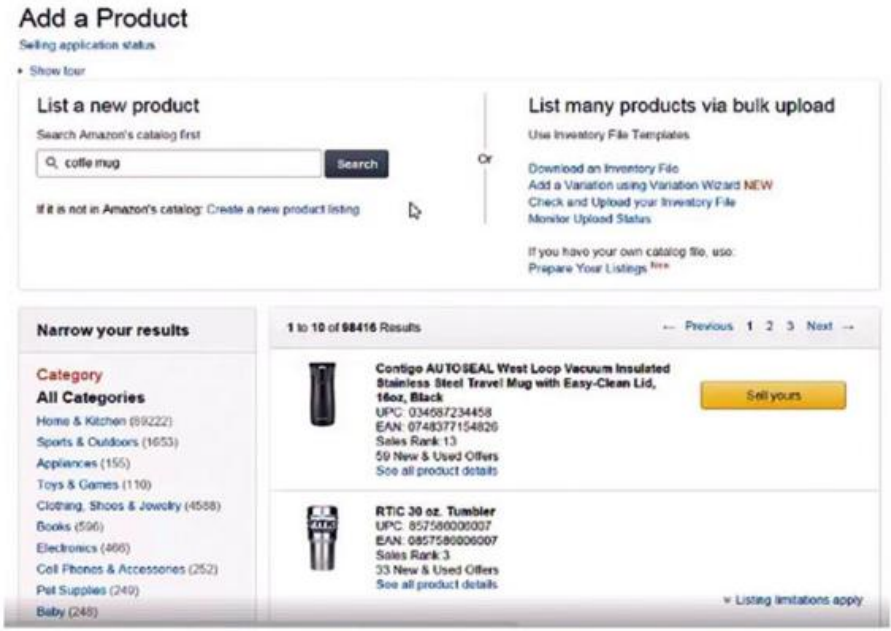
Tỷ lệ bán hàng, tỷ lệ thành công của sản phẩm phụ thuộc rất nhiều vào cách list sản phẩm lên trang Amazon của bạn. Sản phẩm list càng chuyên nghiệp, thông tin càng đầy đủ thì tỷ lệ bán được hàng càng cao. Và lưu ý là, đối với tài khoản Professional thì mới thực hiện được việc listing sản phẩm riêng mà thôi. Giờ thì cùng bắt tay vào làm nhé!

- Bước 1: Đăng nhập vào website

Chọn **Inventory**, chọn **Add a product**



Search tên sản phẩm cần list, khi đó màn hình hiển thị


Add a Product
Selling application status
Show tour
List a new product
Search Amazon's catalog first
coffe mug
Search
If it is not in Amazon's catalog: Create a new product listing
Or
List many products via bulk upload
Use Inventory File Templates
Download an Inventory File
Add a Variation using Variation Wizard NEW
Check and Upload your Inventory File
Monitor Upload Status
If you have your own catalog file, use:
Prepare Your Listings New
Narrow your results
Category
All Categories
Home & Kitchen (89222)
Sports & Outdoors (1653)
Appliances (155)
Toys & Games (110)
Clothing, Shoes & Jewelry (4588)
Books (596)
Electronics (466)
Cell Phones & Accessories (252)
Pet Supplies (249)
Baby (248)
1 to 10 of 98416 Results
← Previous 1 2 3 Next →
Contigo AUTOSEAL West Loop Vacuum Insulated Stainless Steel Travel Mug with Easy-Clean Lid, 16oz, Black
UPC: 034687234458
EAN: 0748377154826
Sales Rank 13
59 New & Used Offers
See all product details
Sell yours
RTIC 30 oz. Tumbler
UPC: 857580006007
EAN: 0857580006007
Sales Rank 3
33 New & Used Offers
See all product details
Listing limitations apply

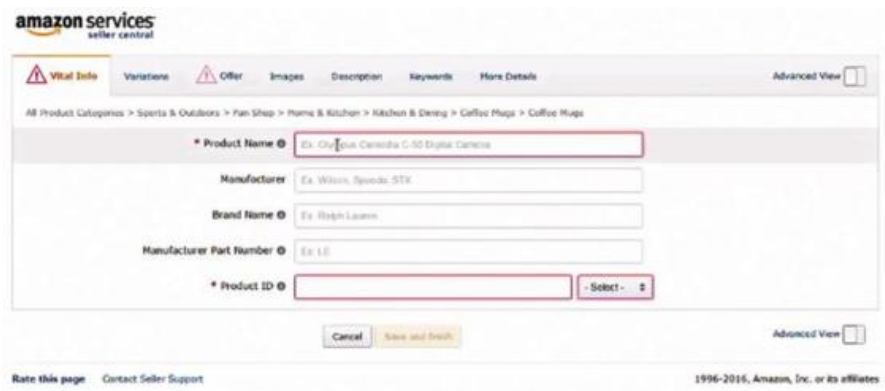
Ở dưới kết quả sẽ có hiển thị các sản phẩm cùng ngách với sản phẩm mình đang bán. Vì hiện tại mình đang tạo Private Label nên bạn sẽ lựa chọn **Create a new product listing.**

Search tên sản phẩm tại ô tìm kiếm, khi đó danh mục con của sản phẩm sẽ được gợi ý tìm ra ở bên dưới. Nếu bạn đang phân vân chưa biết nên chọn danh mục nào, thì cách đơn giản nhất là search lại sản phẩm của đối thủ cạnh tranh trực tiếp của bạn đang nằm trong danh mục nào, và chắc chắn rằng bạn sẽ làm theo giống vậy.

Ví dụ với sản phẩm Mermaid Tail Blanket Crochet đã search trước đó có sản phẩm tương tự nằm trong danh mục **Home & Kitchen > Kids'Home Store > Kids's Bedding > Blankets.**

Customer Reviews
613 customer reviews
4.2 out of 5 stars
Best Sellers Rank
#23,785 in Home & Kitchen (See Top 100 in Home & Kitchen)
#27 in Home & Kitchen > Kids' Home Store > Kids' Bedding > Blankets
#1,942 in Home & Kitchen > Bedding

Bước 2: Nhập các thông tin sản phẩm



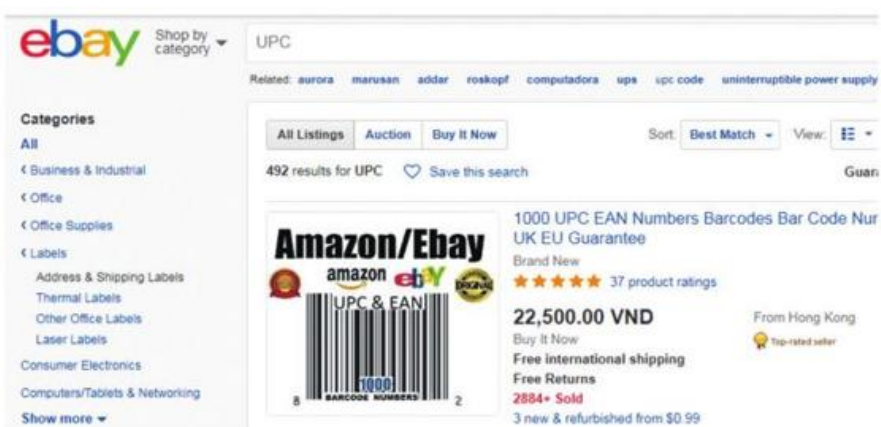
Cùng đi từng phần nhé!

Vital Info

Product name - tên sản phẩm, lưu ý không được quá 200 ký tự kể cả ký tự dấu cách.

Manufacturer, Brand name - có thể trùng nhau bằng cách cùng điền tên thương hiệu.

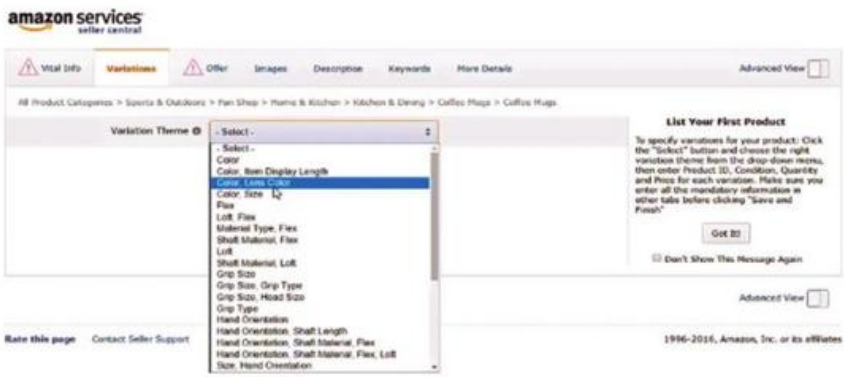
Product ID - chọn UPC (Universal Product Code) được dùng ở Mỹ và Canada, gồm 12 ký tự số được mã hóa dùng để nhận diện mỗi sản phẩm tiêu dùng riêng biệt. (UPC được mua trên Ebay với giá rất rẻ và lưu ý hãy chọn người bán sản phẩm uy tín với huy hiệu "Top-rate seller").



Nếu sản phẩm của bạn có nhiều màu sắc, kích cỡ, kiểu dáng thì bỏ trống không điền UPC mà chuyển sang tab Variations bên cạnh.

Variations

Với tiêu chí Variation Theme, bạn có thể lựa chọn nhiều tiêu chí để list sản phẩm như color, shape, size, weight hoặc cũng có thể kết hợp các tiêu chí đã có trong phần lựa chọn.



Ví dụ được đưa ra với việc list sản phẩm theo color. Đầu tiên ở ô color đừng quên ghi ra tất cả các màu sắc của sản phẩm mà bạn đang muốn bán.

Ở cột *color* sẽ hiện ra tất cả màu sắc mà bạn đã list

Color map xác nhận lại các màu sắc mà bạn đã điền ở trước

Seller-SKU mã sản phẩm của bạn, cái này được điền thông tin để bạn dễ quản lý được những sản phẩm mà bạn đã, đang và sẽ đăng bán

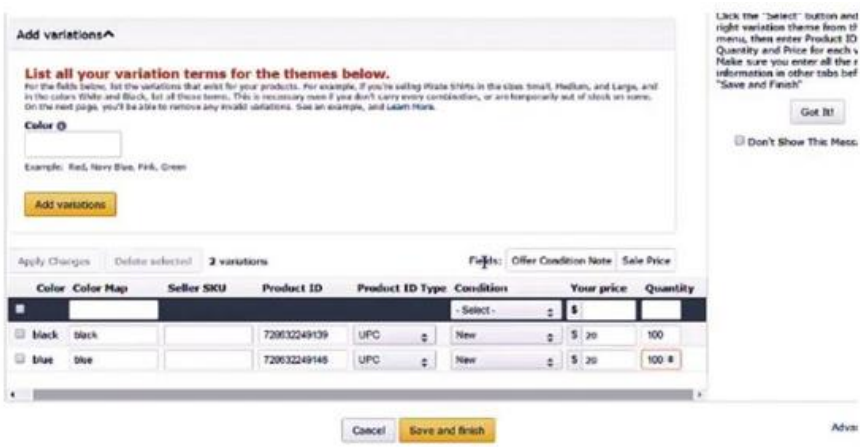
Product ID list sản phẩm theo UPC đã mua barcode trên Ebay

Product ID type lựa chọn UPC

Condition là tình trạng của hàng bạn đang bán, dĩ nhiên nó sẽ là new rồi

Your price - giá bán

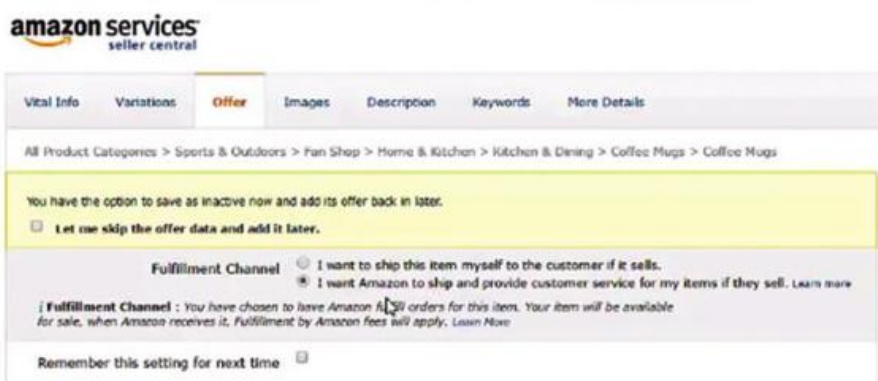
Quanlity - số lượng hàng hóa



Offer

Lựa chọn Fulfillment Channel *I want Amazon to ship and provide customer service for my items if they sell.*

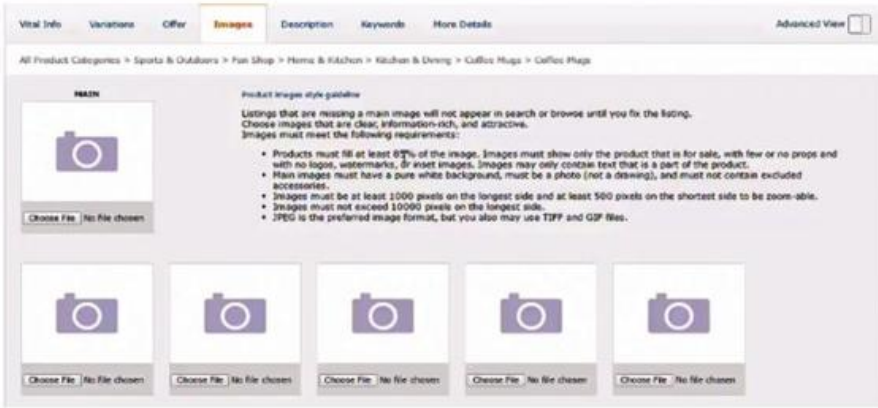
Và đừng quên tick vào *Remember this setting for next time.*


amazon services
seller central
Vital Info
Variations
Offer
Images
Description
Keywords
More Details
All Product Categories > Sports & Outdoors > Fan Shop > Home & Kitchen > Kitchen & Dining > Coffee Mugs > Coffee Mugs
You have the option to save as inactive now and add its offer back in later.
Let me skip the offer data and add it later.
Fulfillment Channel
I want to ship this item myself to the customer if it sells.
I want Amazon to ship and provide customer service for my items if they sell.
Learn more
Fulfillment Channel : You have chosen to have Amazon fulfill orders for this item. Your item will be available for sale, when Amazon receives it. Fulfillment by Amazon fees will apply. Learn More
Remember this setting for next time

Images

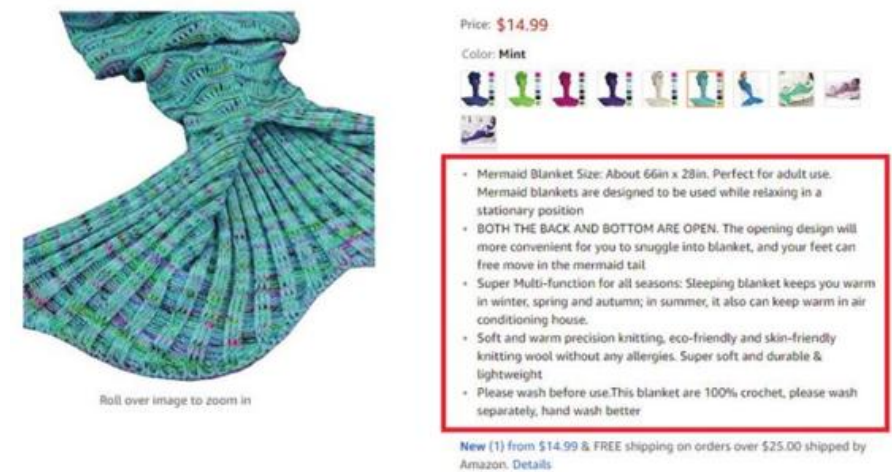
Phần hình ảnh sản phẩm, Amazon cho phép tải tối đa 9 ảnh lên phần mô tả.

Lưu ý nhỏ cho bạn là tải ít nhất 7-9 ảnh, ảnh đầu tiên phải có nền trắng chiếm 85% diện tích của ảnh. Các ảnh còn lại ít nhất 1000 pixel và không quá 10.000 pixel chiều dài, ít nhất 500 pixel chiều rộng.

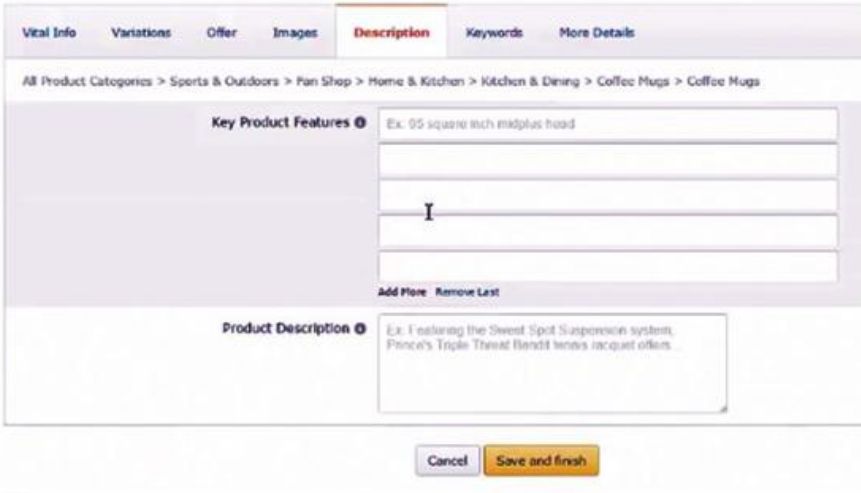

Vital Info
Variations
Offer
Images
Description
Keywords
More Details
Advanced View
MAIN
Listings that are missing a main image will not appear in search or browse until you fix the listing.
Choose images that are clear, information-rich, and attractive.
Images must meet the following requirements:
Products must fill at least 85% of the image. Images must show only the product that is for sale, with few or no props and with no logos, watermarks, or inset images. Images may only contain text that is a part of the product.
Main images must have a pure white background, must be a photo (not a drawing), and must not contain excluded accessories.
Images must be at least 1000 pixels on the longest side and at least 500 pixels on the shortest side to be zoom-able.
Images must not exceed 10000 pixels on the longest side.
JPEG is the preferred image format, but you also may use TIFF and GIF files.
Choose File
No file chosen

Description

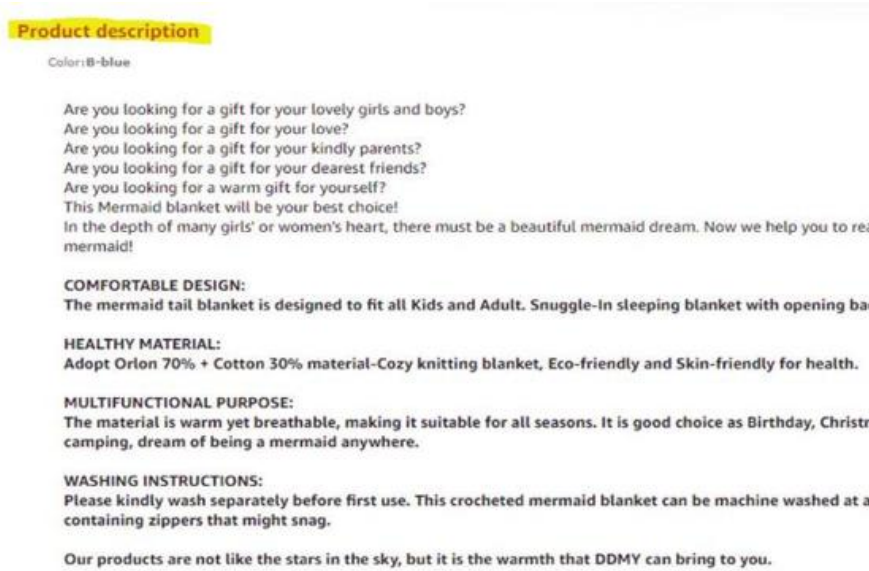
Key Product Features mô tả chức năng sản phẩm, phần này được hiển thị tại trang sản phẩm được list. Phần này chính là Bullet Point.


Price: $14.99
Color: Mint
Mermaid Blanket Size: About 66in x 28in. Perfect for adult use. Mermaid blankets are designed to be used while relaxing in a stationary position
BOTH THE BACK AND BOTTOM ARE OPEN. The opening design will more convenient for you to snuggle into blanket, and your feet can free move in the mermaid tail
Super Multi-function for all seasons: Sleeping blanket keeps you warm in winter, spring and autumn; in summer, it also can keep warm in air conditioning house.
Soft and warm precision knitting, eco-friendly and skin-friendly knitting wool without any allergies. Super soft and durable & lightweight
Please wash before use.This blanket are 100% crochet, please wash separately, hand wash better
Roll over image to zoom in
New (1) from $14.99 & FREE shipping on orders over $25.00 shipped by Amazon. Details

Click vào Add more để liệt kê đủ các đặc điểm của sản phẩm, mỗi nội dung điền vào ô tương ứng với mỗi chấm được hiển thị.



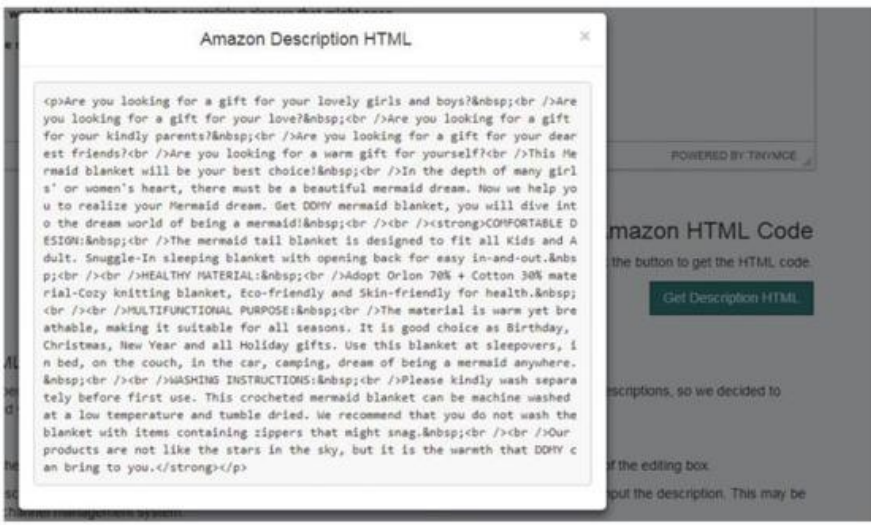
Product Description là phần mô tả sản phẩm được hiển thị phía dưới.


Product description
Color:B-blue
Are you looking for a gift for your lovely girls and boys?
Are you looking for a gift for your love?
Are you looking for a gift for your kindly parents?
Are you looking for a gift for your dearest friends?
Are you looking for a warm gift for yourself?
This Mermaid blanket will be your best choice!
In the depth of many girls' or women's heart, there must be a beautiful mermaid dream. Now we help you to real mermaid!
COMFORTABLE DESIGN:
The mermaid tail blanket is designed to fit all Kids and Adult. Snuggle-In sleeping blanket with opening bacl
HEALTHY MATERIAL:
Adopt Orlon 70% + Cotton 30% material-Cozy knitting blanket, Eco-friendly and Skin-friendly for health.
MULTIFUNCTIONAL PURPOSE:
The material is warm yet breathable, making it suitable for all seasons. It is good choice as Birthday, Christm
camping, dream of being a mermaid anywhere.
WASHING INSTRUCTIONS:
Please kindly wash separately before first use. This crocheted mermaid blanket can be machine washed at a l
containing zippers that might snag.
Our products are not like the stars in the sky, but it is the warmth that DDMY can bring to you.

Nếu muốn hiển thị được kiểu chữ đậm, bạn phải up nội dung dưới định dạng html với sự hỗ trợ của *Two Schmucks*:

http://twoschmucks.com/amazon-description-editor/

Up nội dung và căn chỉnh rồi chọn *Get Description Code*, màn hình sẽ hiển thị Amazon Description HTML, việc của bạn chỉ là copy và paste vào *Product Description.*


Amazon Description HTML
Are you looking for a gift for your lovely girls and boys?
Are you looking for a gift for your love?
Are you looking for a gift for your kindly parents?
Are you looking for a gift for your dearest friends?
Are you looking for a warm gift for yourself?
This Mermaid blanket will be your best choice!
In the depth of many girls' or women's heart, there must be a beautiful mermaid dream. Now we help you to realize your Mermaid dream. Get DOMY mermaid blanket, you will dive into the dream world of being a mermaid!

COMFORTABLE DESIGN:
The mermaid tail blanket is designed to fit all Kids and Adult. Snuggle-In sleeping blanket with opening back for easy in-and-out.

HEALTHY MATERIAL:
Adopt Orlon 70% + Cotton 30% material-Cozy knitting blanket, Eco-friendly and Skin-friendly for health.

MULTIFUNCTIONAL PURPOSE:
The material is warm yet breathable, making it suitable for all seasons. It is good choice as Birthday, Christmas, New Year and all Holiday gifts. Use this blanket at sleepovers, in bed, on the couch, in the car, camping, dream of being a mermaid anywhere.

WASHING INSTRUCTIONS:
Please kindly wash separately before first use. This crocheted mermaid blanket can be machine washed at a low temperature and tumble dried. We recommend that you do not wash the blanket with items containing zippers that might snag.

Our products are not like the stars in the sky, but it is the warmth that DOMY can bring to you.
POWERED BY TINYMCE
mazon HTML Code
the button to get the HTML code.
Get Description HTML
scriptions, so we decided to
f the editing box
put the description. This may be

TỔNG KẾT PHẦN III CHƯƠNG 2

• Tỷ lệ bán hàng, tỷ lệ thành công của sản phẩm phụ thuộc rất nhiều vào cách list sản phẩm lên trang Amazon của bạn. Sản phẩm list càng chuyên nghiệp, thông tin càng đầy đủ thì tỷ lệ bán được hàng càng cao.

• Nếu bạn đang phân vân chưa biết nên chọn danh mục nào cho sản phẩm để list, thì cách đơn giản nhất là search lại sản phẩm của đối thủ cạnh tranh trực tiếp của bạn đang nằm trong danh mục nào, và chắc chắn rằng bạn sẽ làm theo giống vậy.

• *Product name* - nhập tên sản phẩm, lưu ý không được quá 200 ký tự kể cả ký dự dấu cách.

• *Product ID* - chọn UPC (Universal Product Code) được dùng ở Mỹ và Canada, gồm 12 ký tự số được mã hóa dùng để nhận diện mỗi sản phẩm tiêu dùng riêng biệt. UPC được mua trên Ebay với giá rất rẻ và lưu ý hãy chọn người bán sản phẩm uy tín với huy hiệu "Top-rate seller".

• Với tiêu chí Variation Theme, bạn có thể lựa chọn nhiều tiêu chí để list sản phẩm như color, shape, size, weight hoặc cũng có thể kết hợp các tiêu chí đã có trong phần lựa chọn.

• Phần hình ảnh sản phẩm, Amazon cho phép tải tối đa 9 ảnh lên phần mô tả. Lưu ý nhỏ cho bạn là tải ít nhất 7-9 ảnh, ảnh đầu tiên phải có nền trắng chiếm 85% diện tích của ảnh. Các ảnh còn lại ít nhất 1000 pixel và không quá 10.000 pixel chiều dài, ít nhất 500 pixel chiều rộng.

• Nếu muốn hiển thị được kiểu chữ đậm, bạn phải up nội dung dưới định dạng html với sự hỗ trợ của *Two Schmucks*: http://twoschmucks.com/amazon-description-editor/. Sau đó up nội dung và căn chỉnh rồi chọn *Get Description Code*,màn hình sẽ hiển thị Amazon Description HTML, việc của bạn chỉ là copy và paste vào *Product Description.*

.....

.....

.....

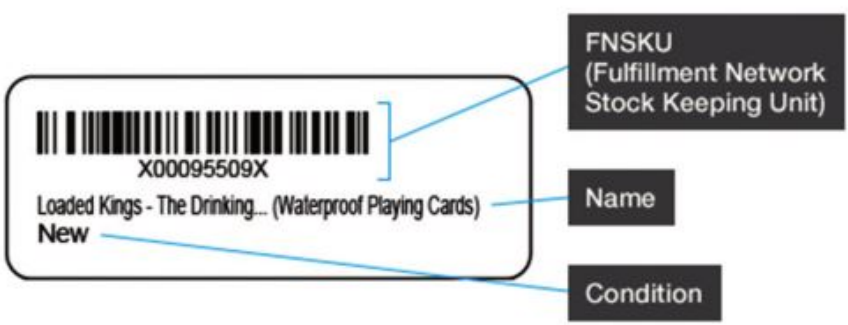
.....

Chương 3

HƯỚNG DẪN ĐÓNG GÓI HÀNG THEO CHUẨN AMAZON ĐỂ GỬI SANG KHO

Khi đăng được danh sách các sản phẩm của bạn lên Amazon rồi. Việc của bạn bây giờ là đóng gói hàng và gửi sang kho của Amazon. Chương này rất quan trọng, mình khuyên bạn nên xem kỹ trước khi gửi hàng để tránh bị thất lạc và mất hàng. Dưới đây, mình sẽ đưa ra cho bạn các bước khai báo thủ tục trước khi gửi hàng sang kho của Amazon.

- Bước 1: Trước tiên việc bạn cần phải làm là in nhãn hàng (label) của Amazon dán ra bên ngoài sản phẩm của mình. Ở bên dưới là mẫu label của một sản phẩm bạn cần in ra. Đây là một miếng dán mã vạch (barcode) rất nhỏ, bạn sẽ phải dán ra bên ngoài sản phẩm của mình. Bạn có bao nhiêu sản phẩm thì bạn sẽ phải in ra bấy nhiêu mã code và dán lên đó.



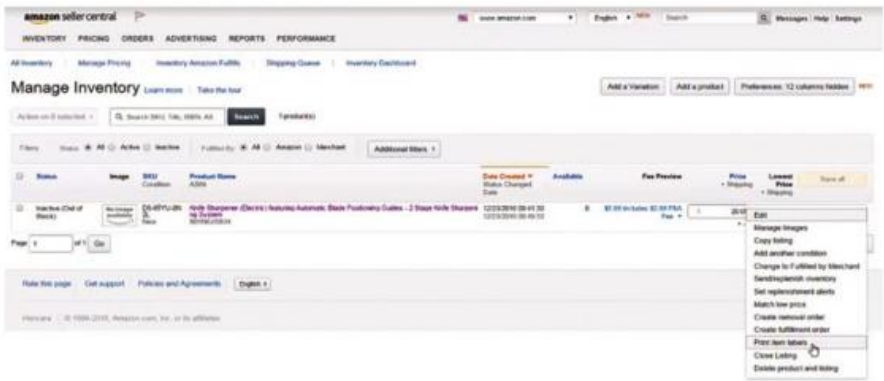
• FNSKU: là mã nội bộ của Amazon và chỉ sử dụng được trên

Amazon, là cách để họ có thể xác định và theo dõi sản phẩm của bạn.

• Name: Tên sản phẩm.

• Condition: Trạng thái sản phẩm (Mới/Đã sử dụng).

Trong trang Amazon seller central bạn vào phần Inventory, chọn Manage Inventory trên thanh công cụ. Ở trang này sẽ hiện lên các sản phẩm của bạn. Phía bên phải màn hình có chữ Edit, ở mỗi sản phẩm, bạn nhấn vào mũi tên cuộn xuống, và chọn dòng Print item labels.



Khi đó, màn hình sẽ hiện ra như ảnh bên dưới, bạn ấn vào nút Print Item Labels màu vàng, khi đó hệ thống sẽ gửi về cho bạn một file .pdf, bạn mở ra rồi in là ok. Hoặc bạn có thể gửi Barcode này cho Supplier để họ in và dán lên từng sản phẩm luôn cho mình cũng được.

- Bước 2: Khi lấy được Barcode rồi, bước tiếp theo bạn sẽ lấy Amazon shipment label.

Shipment này giúp ta quản lý việc vận chuyển hàng hóa, giải quyết tranh chấp (nếu có). Và dưới đây là các trạng thái của một shipment:

• **Working:** Đang thực hiện.

• **Shipped:** Đã ship.

• **At fulfillment center:** Đến kho.

• **Checked-in → Recieving:** Đang check in - nhận.

• **Closed:** Xong.

Mọi người thường nhầm lẫn giữa Barcode và Shipment label. Barcode dùng để dán lên từng sản phẩm còn Shipment label dùng để dán lên thùng hàng khi bạn vận chuyển sang kho của Amazon. Để phân biệt hai loại này rất đơn giản, trên Shipment Label phần mã code có thêm chữ FBA và một số thông tin như địa chỉ kho hàng của Amazon và địa chỉ kho hàng của mình. Còn Barcode chỉ có mã code mà thôi.

Tiếp theo bước 1 bạn ấn vào Return to Inventory List, ở phần này bạn tiếp tục nhấn vào mũi tên cuộn xuống ở phần Edit, chọn Send/Replenish inventory, màn hình sẽ hiện lên như ảnh bên dưới.

Bạn sẽ tick vào Create a new shipping plan. Ở phần Ship from, nếu bạn gửi hàng từ bên Supplier, bạn xin địa chỉ của họ rồi điền vào là ok.

Phần Paking type là phần đóng gói, nếu bạn chọn Individual product tức là trong một thùng hàng bạn sẽ để nhiều sản phẩm khác nhau về màu sắc hay chủng loại. Còn nếu bạn chọn Case-packed products thì trong một thùng hàng bạn sẽ chỉ để một loại sản phẩm giống hệt nhau mà thôi. Thông thường chúng ta sẽ chọn dòng bên dưới. Tiếp tục nhấn nút Continue to shipping plan.

Ở phần này, bạn sẽ điền số lượng sản phẩm của bạn.

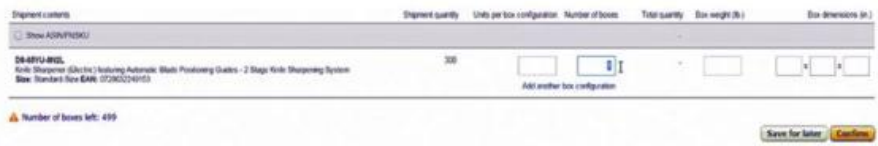
• Units per Case có nghĩa là số lượng sản phẩm trong một thùng to (ở đây Amazon cho bạn số lượng tối đa trong một thùng là 150 sản phẩm).

• Number of Cases là số lượng thùng.

Khi bạn chọn xong số lượng thùng thì hệ thống sẽ tự tính ra đơn vị tổng. Bạn tiếp tục ấn nút màu vàng cho qua các bước.

2. Shipping service
Shipping method
Small parcel delivery (SPD)
Less than truckload (LTL)
Which method should I choose?
Shipping carrier
I'd like to use Amazon's discounted Partnered Carrier Learn more
UPS
FedEx
I'd like to use my own
Other carrier
DHL EXPRESS (USA) INC
3. Shipment packing
New tools for providing box information
How will this shipment be packed?
Please select an option
Let us know what you think

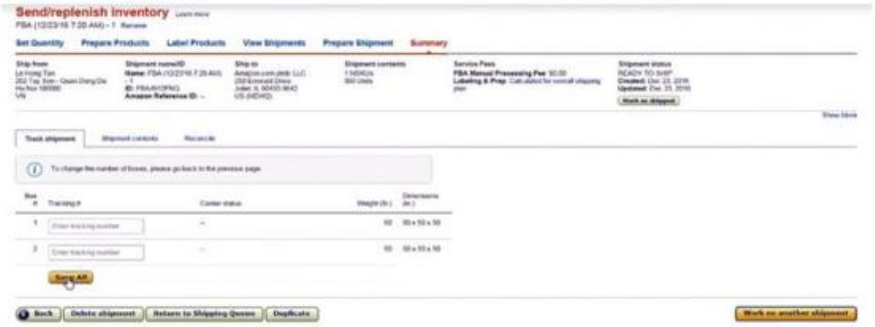
Đến bước Prepare Shipment, lưu ý ở mục 2. Shipping Service, phần Shipping carrier bạn sẽ chọn theo dịch vụ vận chuyển của bên Supplier sẽ sử dụng. Còn ở mục 3.Shipment packing có hai option cho bạn lựa chọn đó là Everything in one box (Một thùng) và Multiple boxes (Nhiều thùng). Khi chọn xong bên dưới sẽ hiện ra như sau:



Phần này bạn sẽ điền thông số như số lượng sản phẩm cũng như số lượng, cân nặng (tính theo pound), kích thước thùng hàng. Phần này bạn nên hỏi Supplier để biết thêm thông tin chi tiết.

Đến mục 4 Shipping labels bạn nhấn chuột vào nút Print box labels màu vàng. Khi đó, hệ thống sẽ lại tiếp tục gửi cho bạn một file .pdf chứa Amazon shipment label, việc của bạn chỉ là mở và in nó ra rồi dán lên thùng hàng, hoặc gửi cho bên Supplier họ làm. Bạn có bao nhiêu thùng hàng thì hệ thống sẽ gửi cho bạn bấy nhiêu shipment label.

Rồi bạn tiếp tục nhấn vào nút Complete shipment.



Ở phần này, khi gửi barcode và shipment label bạn nhớ gửi cả địa chỉ kho hàng của Amazon cho bên Supplier nữa. Sau khi đợi bên Supplier gửi lại cho mình Tracking number (một dãy mã số đặc biệt được in trên gói hàng của hãng vận chuyển), bạn sẽ điền vào ô tracking ở bên dưới, và ấn Save.

Cuối cùng, bạn phải Mark as shipped ở phần Shipment status nữa để Amazon có thể biết được hàng của bạn đã được gửi đi.

TỔNG KẾT PHẦN III CHƯƠNG 3

Để đóng gói hàng chuẩn gửi sang kho của Amazon chúng ta sẽ cần làm những việc sau:

• In nhãn hàng (label) - Barcode của Amazon để dán vào sản phẩm của bạn. Bạn có bao nhiêu sản phẩm thì sẽ phải in ra bấy nhiêu cái Barcode đó.

• Sau khi có Barcode rồi bạn sẽ in phiếu Amazon shipment label để dán lên thùng hàng khi bạn vận chuyển sang kho của Amazon.

.....

.....

.....

.....

Chương 4
DỊCH VỤ SHIP

Có hai cách giúp bạn gửi hàng tới kho của Amazon đó là gửi bằng đường hàng không (Ship by air) và gửi bằng đường biển (Ship by sea).

1 Gửi đường hàng không

- Ưu điểm: Nhanh (khoảng 5-7 ngày), thuận tiện, dễ dàng kiểm soát hàng hóa.

- Nhược điểm: Chi phí cao.

Nếu bạn muốn vận chuyển những đơn hàng nhỏ lẻ, trọng lượng nhẹ để bán thử thì nên chọn đường hàng không (ví dụ như DHL, FedEx, UPS). Bạn có thể tạo tài khoản cho riêng mình hoặc giải pháp hữu hiệu nhất, tiết kiệm nhất cho bạn là nhờ Supplier. Chắc chắn giá sẽ tốt hơn so với việc bạn tự ship.

2 Gửi đường biển

- Ưu điểm: Tiết kiệm chi phí.

- Nhược điểm: Chậm, hơi phức tạp, khó kiểm soát hàng hóa.

Vận chuyển đường biển là một lựa chọn tốt nhất khi đợt hàng của bạn lớn, trọng lượng nặng và không bị áp lực về thời gian.

Nếu sau này bạn muốn gửi hàng với số lượng sản phẩm lớn nhưng nhẹ cân thì bạn vẫn có thể ship bằng đường hàng không cho nhanh và dễ kiểm soát. Hoặc trong trường hợp, kho hàng của bạn sắp hết hàng vì hàng hot, bán chạy. Bạn muốn đặt một lượng lớn hàng vận chuyển bằng đường biển, nhưng để đợi hàng đến kho thì lại quá lâu. Khi đó, bạn có thể gửi trước một ít bằng đường

hàng không để đảm bảo gian hàng của bạn không bị hết hàng, số còn lại gửi bằng đường biển.

Lưu ý, khi vận chuyển bằng đường biển, bạn cần phải có Freight forwarder (Giao nhận vận tải quốc tế) để giải quyết các vấn đề như hải quan, giấy tờ, thuế,... Cái này bạn chỉ cần thuê một đơn vị nào đó làm dịch vụ cho mình mà thôi. Hiện nay, không thiếu những đơn vị giao nhận, bạn hãy thao khảo giá thật kỹ, so sánh và xem quy trình làm việc của họ như thế nào. Hãy xây dựng một mối quan hệ tốt với bên giao nhận vận chuyển của bạn để mọi công việc trở nên nhanh chóng và dễ dàng hơn. Còn khi gửi bằng đường hàng không bạn sẽ không cần phải lo vấn đề này, bởi vì công ty vận chuyển đó cũng giữ vai trò Freight forwarder luôn cho bạn.

Bạn hãy nhớ rằng, chi phí vận chuyển là chi phí bắt buộc bạn phải mất khi kinh doanh bất cứ cái gì. Ban đầu, đơn hàng của bạn còn ít, chi phí vận chuyển cao nên lợi nhuận có thể sẽ bị ảnh hưởng. Nhưng đừng lo lắng, chi phí đó sẽ giảm dần khi doanh số của bạn tăng lên. Thật vậy, khi mở rộng việc kinh doanh hay doanh số của bạn tăng lên thì các chi phí khác không còn là vấn đề nữa.

TỔNG KẾT PHẦN III CHƯƠNG 4

• Có hai cách giúp bạn gửi hàng tới kho của Amazon đó là gửi bằng đường hàng không (Ship by air) và gửi bằng đường biển (Ship by sea).

• *Gửi đường hàng không* nhanh (khoảng 5-7 ngày), thuận tiện, dễ dàng kiểm soát hàng hóa tuy nhiên chi phí lại cao. Nếu bạn muốn vận chuyển những đơn hàng nhỏ lẻ, trọng lượng nhẹ để bán thử thì nên chọn đường hàng không (ví dụ như DHL, FedEx, UPS). Bạn có thể tạo tài khoản cho riêng mình hoặc giải pháp hữu hiệu nhất, tiết kiệm nhất cho bạn là nhờ Supplier. Chắc chắn giá sẽ tốt hơn so với việc bạn tự ship.

• *Gửi đường biển* tiết kiệm chi phí nhưng chậm, hơi phức tạp và khó kiểm soát hàng hóa. Vận chuyển đường biển là một lựa chọn tốt nhất khi đợt hàng của bạn lớn, trọng lượng nặng và không bị áp lực về thời gian.

.....

.....

.....

PHẦN IV
TẠO NỘI DUNG

Chương 1
YÊU CẦU TRONG VIỆC TẠO NỘI DUNG

Để tạo ra được nhiều lợi nhuận, bạn phải tạo được trang bán hàng nổi bật, nhấn mạnh được những đặc điểm và lợi ích tốt nhất của sản phẩm. Và đặc biệt, sản phẩm đang bán phải được tối ưu hóa theo đánh giá của Amazon để tần suất, mức độ hiển thị trên công cụ tìm kiếm cao hơn.

Dưới đây sẽ là một số tip làm nội dung cho bạn.

Ảnh - Images

Hình ảnh được dùng phải là hình ảnh chất lượng cao, sử dụng phông nền màu trắng. Khi update sản phẩm đừng quên để từ 7-9 ảnh và luôn đảm bảo kích thước ảnh nằm trong khoảng 1000-10000 pixel chiều dài, và lớn hơn 500 pixel chiều rộng. Và hãy nhớ, bạn phải đổi tên hình ảnh thành tên từ khóa mà bạn dùng trước khi tải hình ảnh lên.

Tên sản phẩm - Product name

Lưu ý đầu tiên liên quan đến tiêu đề mà bạn không được quên khi list sản phẩm là tiêu đề không được quá 200 ký tự kể cả dấu cách. Việc đánh giá số lượng ký tự được thực hiện thông qua trang web đếm số ký tự:

https://www.lettercount.com

Tiêu đề càng chi tiết về sản phẩm thì càng góp phần tối ưu hóa và khiến sản phẩm của bạn nổi bật hơn. Thay vì chỉ viết tên sản phẩm, bạn hãy thêm vào đó đặc điểm hình thức nổi bật của sản phẩm cùng đối tượng mục tiêu.

Mô tả chức năng sản phẩm - Key Product Features

Phần mô tả chức năng sản phẩm bạn có thể tham khảo từ những sản phẩm tương đồng. Hãy nhớ, mô tả càng dài, càng chi tiết thì sản phẩm của bạn càng chuyên nghiệp và dễ thu hút khách hàng.

Hoặc cũng có thể bạn tự viết phần mô tả. Nếu làm cách này lời khuyên cho bạn vẫn là mô tả thật chi tiết về sản phẩm bằng cách giải thích một cách tốt hơn về những đặc tính và lợi ích của sản phẩm.

Và một lưu ý nhỏ dành cho bạn là mỗi ô chỉ nên list một chức năng, và có tối đa năm ô dành cho bạn. Khi đó, các chức năng sản phẩm được tách riêng và đánh dấu bằng những dấu chấm đầu dòng. Đừng quên, bạn có thể viết hoa các từ khóa để làm nổi bật nó khi list sản phẩm.

Mô tả sản phẩm - Product Description

Cũng giống như mô tả chức năng sản phẩm, ở phần này lời khuyên dành cho bạn vẫn là mô tả thật chi tiết sản phẩm càng tốt về bề ngoài, màu sắc, công dụng...

Thêm vào đó, bạn có thể lợi dụng chức năng mô tả HTML của Amazon để phần mô tả sản phẩm được bắt mắt hơn bằng những từ in đậm, in nghiên, gạch chân... thông qua website **Two Schmucks**:

http://twoschmucks.com/amazon-description-editor/

Từ khóa - Search Terms

Dĩ nhiên là điền được càng nhiều từ khóa càng tốt. Bạn có thể tìm kiếm sự giúp sức tại *Keyword Tool Dominator* và chọn *Amazon Keyword Tool.* Lưu ý rằng, các từ khóa càng ở thứ hạng cao thì tần suất xuất hiện càng nhiều và bạn càng phải điền đầy đủ vào ô Search terms càng tốt.

Đừng lồng ghép quá nhiều từ khóa vào phần Key Product Features và Product Description bởi nó có tác dụng hỗ trợ nhưng lại phản tác dụng với khách hàng khi họ đọc những phần này.

.....

.....

.....

.....

Chương 2

CASE STUDY VỀ VIỆC TẠO NỘI DUNG

Sản phẩm *Sunglasses for men* được list và tối ưu search terms để tăng sale và tập trung đánh chiếm cả những keyword dài sẽ là một case study hay cho mọi người tham khảo.

Tiêu đề

Title: 184 characters
[BRAND] TRENDY FASHION SPORTS POLARIZED LENS UV 400 SUN GLASSES LIGHTWEIGHT & UNBREAKABLE AL-MG FRAME, COMFORTABLE NOSE PAD, FULL METAL ELEGANT CASE COVER BOX, PERFECT LUXURY GIFT

Bullet points

Vietnam	English
1. MẮT KÍNH PHÂN CỰC BẢO VỆ UV400 CHO HÌNH ẢNH SẮC NÉT - lớp phủ bảo vệ 100% UV400, mắt kính chống lại 100% tia UVA & UVB & UVC có hại. So sánh với các chất liệu bảo vệ chống lại tia bức xạ mặt trời khác thì vật liệu bảo vệ UV400 có điểm khác biệt đó là có khả năng chặn tia sang nhỏ từ 400 nanomet bao gồm tia UVA (320-400 nm), tia UVB (280-320 nm) và tia UVC (100-280 nm). Hình ảnh HD sắc nét giúp khôi phục lại màu sắc sống động, loại bỏ ánh sáng phản chiếu và ánh sáng rải rác, làm cho cảnh vật trở nên rõ ràng và mềm mại hơn và bảo vệ đôi mắt của bạn một cách hoàn hảo.	1. POLARIZED LENS UV400 PROTECTION AND HD VISUAL - 100% UV400 protection coating, lenses block 100% harmful UVA & UVB & UVC Rays. UV 400 protected items as compared to other items that protect against the sun's radiation is that UV 400 protected items are capable of blocking light rays as small as 400 nanometers include UVA(320-400 nm), UVB(280-320 nm) and UVC(100-280 nm). High-definition visual help restore vivid color, eliminate reflected light and scattered light, make the scenery more clear and soft and protect your eyes perfectly.

2. CHẤT LƯỢNG CAO, SIÊU NHẸ, BỀN VÀ DỄ DÀNG VỆ SINH - Mắt kính và khung kính được làm từ vật liệu đặc biệt có khả năng chịu va đập, chống xước, bền và không thể phá vỡ, mang lại độ rõ nét quang học cao, có khả năng chống va đập gấp 50 lần kính quang thông thường. Khung thiết kế hợp kim Al-Mg rất nhẹ, là món đồ lý tưởng để sử dụng khi bạn đi đạp xe, đi xe máy, lái xe, chạy, câu cá, đua xe, leo núi, đi bộ hoặc các hoạt động ngoài trời khác. Hộp kính cũng được làm từ chất liệu hợp kim rất bền	2. HIGH QUALITY, SUPERLIGHT, DURABLE AND EASY TO CLEAN- Lenses and frame are made from a special material which are impact, scratch resistant, durable and unbreakable, it offers a high level of optical clarity, it is 50 times more impact resistant than optical glass. Lightweight Al-Mg alloy design frame is ideal for usage by motorcycle and cycling bicycle, driving, running, fishing, racing, skiing and climbing, trekking or other enthusiasts outdoor activities. Glasses case is also made from metal which is very durable

3. TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, THIẾT KẾ THỜI TRANG VÀ PHONG CÁCH: khung kính thiết kế hở nửa cho phép nhìn rõ cả tầm nhìn thấp. Miếng đệm bằng cao su rất mềm mang lại cảm giác thoải mái khi sử dụng. Kính mát [BRAND] dẫn đầu xu hướng, không chỉ tiện lợi trong sử dụng mà còn rất hợp thời trang. Thiết kế mắt kính cạnh vuông mang lại phong cách khỏe khoắn hơn cho người đeo. Hộp được thiết kế hình bán nguyệt, bảo vệ kính an toàn, đóng mở dễ dàng, tiện lợi khi bạn mang đi bất cứ nơi đâu	3. COMFORTABLE USAGE AND FASHIONABLE & STYLISH DESIGN: Semi frame design enables clear lower vision field. Soft rubber nose pad let your nose feel comfortable while wearing. [BRAND] sunglasses lead the trend, not only the function but also the fashion and trendy. The square lenses design make people wearing look more stylish and stronger. Glasses Case is semicircle design, keep glasses safety and easy to open, convenient with you to bring anywhere

4. HOÀN HẢO CHO MỘT MÓN QUÀ SANG TRỌNG: Thiết kế thời trang và lịch lãm không chỉ riêng ở mắt và khung kính mà còn ở cả hộp kính, kính mát [BRAND] là một món quà hoàn hảo cho bất kỳ sự lựa chọn nào. Đây sẽ là một ý tưởng tuyệt vời nếu bạn đang tìm kiếm một món quà sang trọng, sử dụng thuận tiện cùng với thiết kế phong cách, tất cả được gói gọn trong một hộp kính cực kỳ sang trọng.	4. LUXURY PERFECT GIFT: Fashionable and elegant design not only the lenses and frame but also the glasses case, [BRAND] Sunglasses is a perfect gift for any choices. It is a great ideal if you are looking for a luxury gift with comfortable usage and stylish design, all in one luxury cover box.
5.ĐẢM BẢO 100% SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG HOẶC HOÀN LẠI TIỀN. Chúng tôi đảm bảo bạn sẽ yêu thích sản phẩm tuyệt vời này. Nhưng nếu bạn không hài lòng với nó, hãy liên lạc với chúng tôi. Chúng tôi sẽ vui lòng hoàn lại 100% tiền cho bạn mà không thắc mắc.	5.100% SATISFACTION GUARANTEE OR YOUR MONEY BACK. We guarantee you'll love this wonderful product. But if you're not satisfied with it, please get in touch with us. We will gladly give you a 100% refund. No questions asked!

Product description

DISCOVER THE [BRAND] SUNGLASSES DIFFERENCES:

Provide the best quality sunglasses with Luxury looking

The super light frame: You can hardly feel them on your face!

Polarized lenses block 100% of the sun's harmful UVA & UVB & UVC rays

Great fashion frame design for cycling, running, fishing etc. outdoor lifestyles.

Soft rubber nose pad let you feel comfortable while wearing this.

Specific description

Size:

Lens Width: 64mm, Lens Height: 37mm, Bridge: 18mm, Frame Width Total: 148mm.

Case Longs: 147mm, Case Width : 48 mm, Case Height: 58mm

Color:

Lenses: Grey; Blue; Dark Blue ; Gold; Blue cover Red.

Frame: Black.

Case: Black.

Features and benefits

Cool Semi frame design for clear lower vision field

Durable and unbreakable frames and lens

Elegant case and easy usage

Polarized lens help eliminate reflected and scattered glares

Good for sports or other outer door activities

Good choices for luxury gift

Includes

2*Lenses.

1*sunglasses Frame

1*Cleaning soft cloth

1* Sunglasses Case

1* Sunglasses Cover Box

Please use neutral detergent or soap water to clean, gently wipe dry with a clean soft cloth.

100% Satisfaction Guarantee. Try risk free. ADD TO CART RIGHT NOW!

Product information

Product Dimensions	147*58*48 mm
Item Weight	
Shipping Weight	
Manufacturer	

ASIN	
Origin	China
Item model number	

Search terms

Key word

sun glassess 1.00 1.5 1.50 1.54 1.75 100 uv protection 135mm 13 50 150 2.50 2016 2017 250 3 pack 50 boys 80s 9 five 90s american eagle and bluetooth baseball bifocal big head black bulk cat circle cleaner clear dark driving ed hardy for women emoji pillow emporio armani men express guys kids girls gold guess half frame ice in tha infant ifrared underwear interchargeable lense jackie o jeep john lennon juniors kate spade kenneth cole ki et la rayban party ski lacoste ladies large lot mauji jim neck holder strap neon new style over prescription your favors plastic prime quiksilver reading retro round screw sports polarized stand string stylish fit go trendy ultra violet under 5 dollars armour unisex 400 uva valentino vans victorian vintage visor volcom wide wipes with reading guess work xl xxl yellow youth zegna zerouv zipper 60's accessories adidas aldo armani aviation aviator marc

jabcobs baby bag box burberry camera carrera clip coach designer dior dg rack 6 sides donna karan electric emporio armani 2017 goggle good brand gucci h&m hanger hard molle heart hippie holder car strap illessteva imitation jessica simpson jimmy choo jullbo lanyard locs louis vuitton maui mirror mykita neck nef nike nine west nose pads oakley on sale organizer original over sized persol medical police pouch prada quay rack retainer technomaine teen tiffany toddler tom ford tommy hilfiger uv veithdia versace visor clip von wayfarer wood zeal zerouv

Material

aluminium brass bronze copper gold iron lead magnesium mercury nickel platinum silver steel tin uranium zinc alloy cotton lace leather linen man-made fibres nylon polyester silk wool brick cement concrete glass gravel marble metal plastic sand slate stone wood carbon dioxide helium hydrogen nitrogen oxygen charcoal coal gas oil paraffin petrol asbestos ash cardboard chalk clay dust fibreglass mud paper rubber smoke soil ice steam water polyester polycarbonate

Colors

Ligh dark bright White blue green yellow orange pink grey gray red black brown beige violet purple silver gold

.....

.....

.....

.....

TỔNG KẾT PHẦN IV

• Hình ảnh được dùng phải là hình ảnh chất lượng cao, sử dụng phông nền màu trắng. Khi update sản phẩm đừng quên để từ 7-9 ảnh và luôn đảm bảo kích thước ảnh nằm trong khoảng 1000-10000 pixel chiều dài, và lớn hơn 500 pixel chiều rộng. Và hãy nhớ, bạn phải đổi tên hình ảnh thành tên từ khóa mà bạn dùng trước khi tải hình ảnh lên.

• Lưu ý đầu tiên liên quan đến tiêu đề mà bạn không được quên khi list sản phẩm là tiêu đề không được quá 200 ký tự kể cả dấu cách. Việc đánh giá số lượng ký tự được thực hiện thông qua trang

web đếm số ký tự:https://www.lettercount.com.

• Mô tả thật chi tiết về sản phẩm bằng cách giải thích một cách tốt hơn về những đặc tính và lợi ích của sản phẩm. Mỗi ô *Key Product Features* chỉ nên list một chức năng, và có tối đa năm ô dành cho bạn. Khi đó, các chức năng sản phẩm được tách riêng và đánh dấu bằng những dấu chấm đầu dòng. Đừng quên, bạn có thể viết hoa các từ khóa để làm nổi bật nó khi list sản phẩm.

• Mô tả thật chi tiết sản phẩm càng tốt về bề ngoài, màu sắc, công dụng… và bạn có thể lợi dụng chức năng mô tả HTML của Amazon để phần mô tả sản phẩm được bắt mắt hơn bằng những từ in đậm, in nghiên, gạch chân… thông qua website *Two Schmucks*: http://twoschmucks.com/amazon-description-editor/.

Dĩ nhiên là điền được càng nhiều từ khóa càng tốt. Bạn có thể tìm kiếm sự giúp sức tại *Keyword Tool Dominator* và chọn *Amazon Keyword Tool.* Lưu ý rằng, các từ khóa càng ở thứ hạng cao thì tần suất xuất hiện càng nhiều và bạn càng phải điền đầy đủ vào ô Search terms càng tốt.

PHẦN V
QUẢNG CÁO AMAZON

Chương 1
HƯỚNG DẪN CHẠY ADS TRỰC TIẾP TRÊN AMAZON

1 AMAZON SPONSORED ADS LÀ GÌ?

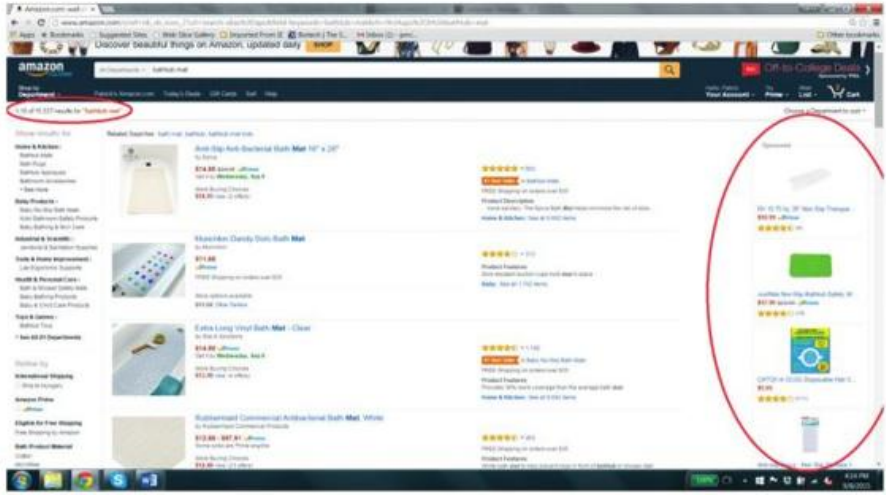
Amazon Sponsored Ads là dịch vụ quảng cáo của Amazon, dựa trên những từ khóa mà người bán hàng cung cấp hoặc dựa vào list các sản phẩm của bạn trên Amazon, mà sản phẩm của bạn sẽ được hiển thị đến những khách hàng đang tìm kiếm sản phẩm hay từ khóa đó.

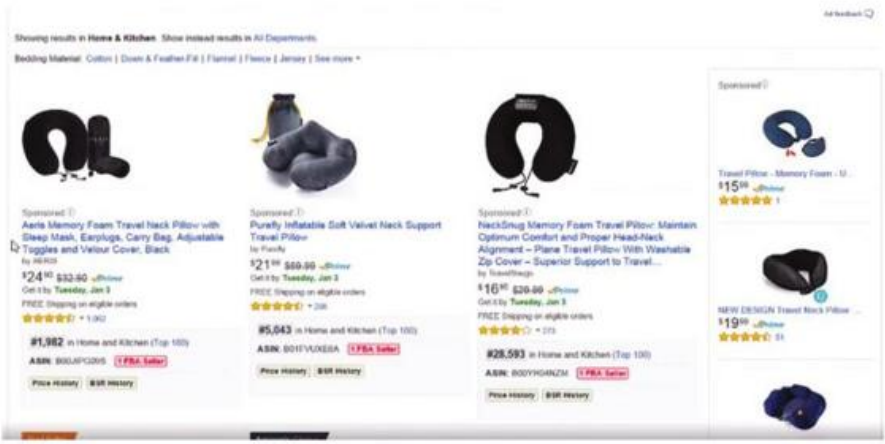
Chương trình quảng cáo của Amazon độc đáo ở chỗ, không giống như Facebook, Google hoặc đa số các nền tảng mạng xã hội khác, mọi người lên Amazon với mục đích chính là mua hàng. Khi người dùng tìm kiếm cái gì đó, thường là họ có nhu cầu muốn mua. Điều này có nghĩa là, thay vì phải đưa ra lý do vì sao họ nên mua một cuốn sách, bạn chỉ việc thuyết phục họ mua sách của bạn mà thôi.

Nếu bạn từng mua sắm trên Amazon sẽ thấy, khi bạn tìm từ khóa (keyword) một mặt hàng nào đó, sản phẩm nào hiện lên có chữ "Sponsored" (Được tài trợ), nghĩa là sản phẩm này đang được người bán hàng chạy quảng cáo trực tiếp trên Amazon.

2 Vị trí hiển thị của Amazon Ads

- Trên cùng, giữa và chân trang kết quả tìm kiếm. Mỗi vị trí là 4 sản phẩm.





- Bên trong từ listing, mục sponsored ads relate this product.

3 Các khái niệm

- ACoS: là phần trăm chi phí quảng cáo bạn bỏ ra khi bán hàng trên Amazon.

ACoS = Chi phí quảng cáo / Doanh thu x 100%

Nếu chi phí quảng cáo hết $5, doanh thu từ quảng cáo là $50, thì ACoS = 10%

ACoS càng thấp, thì bạn càng mất ít chi phí, và lợi nhuận càng cao.

Dựa vào chỉ số ACoS này, bạn có thể tính được nên dành ra bao nhiêu chi phí cho quảng cáo cho 1 sản phẩm dựa theo công thức sau:

Lợi nhuận = Giá bán - (Amazon Fee + giá gốc sản phẩm + phí vận chuyển sang kho Amazon) - Chi phí quảng cáo (nếu có)

Vậy để có lợi nhuận thì chi phí quảng cáo phải nhỏ hơn giá bán trừ đi các chi phí cố định như trên.

Ví dụ: sản phẩm của bạn bán $18, Amazon Fee $6, giá gốc $2, phí vận chuyển $2. Chi phí quảng cáo nhiều nhất có thể để có lợi nhuận là 18 - 6 - 2 - 2 = 8$. Khi đó ACoS max = 8/18*100% = 44%

Đó chính là con số tối đa bạn có thể chi cho quảng cáo để có lợi nhuận.

Spend ⓘ	Sales ⓘ	ACoS ⓘ
¥92,122	**¥540,198**	**17.05%**
¥86,219	¥514,598	16.75%
¥1,362	¥14,400	9.46%

- Campaign:

• Ad Groups: mỗi Campaign có thể có 1 hoặc nhiều Ad Groups

• Ads (Products): mỗi Ad Groups có thể có 1 hoặc nhiều Ads

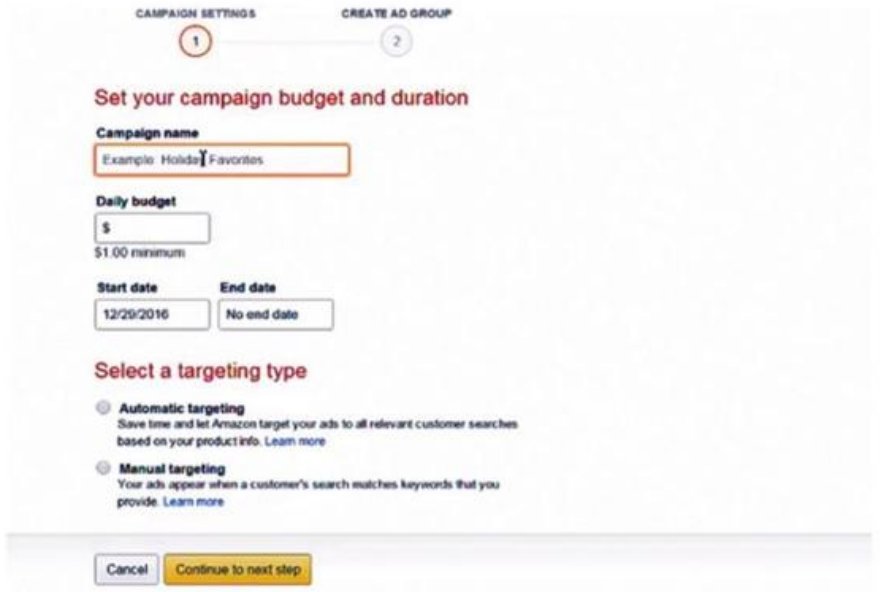
• Keywords: Mỗi Ad group có thể có 1 hoặc nhiều keywords

4 Cách tạo quảng cáo trên Amazon

- Bước 1: Trên trang Amazon seller central, bạn vào phần

Advertising trên thanh công cụ, rồi chọn Campaign Manager. Màn hình sẽ hiển thị như sau:

Bạn nhấn vào nút Create campaign màu vàng, trên màn hình sẽ hiển thị giao diện quảng cáo.



Trong đó:

• Campaign name: Tên chiến dịch. (Bạn có thể điền tên tùy ý, ví dụ tên sản phẩm của bạn, kèm ngày tháng bắt đầu chiến dịch).

• Daily budget: Ngân sách hàng ngày cho Amazon ads. Ngân sách này không có số tối đa, nhưng con số tối thiểu phải là $1.00.

• Start date - End date: Ngày bắt đầu - Ngày kết thúc chiến dịch.

• Target type:

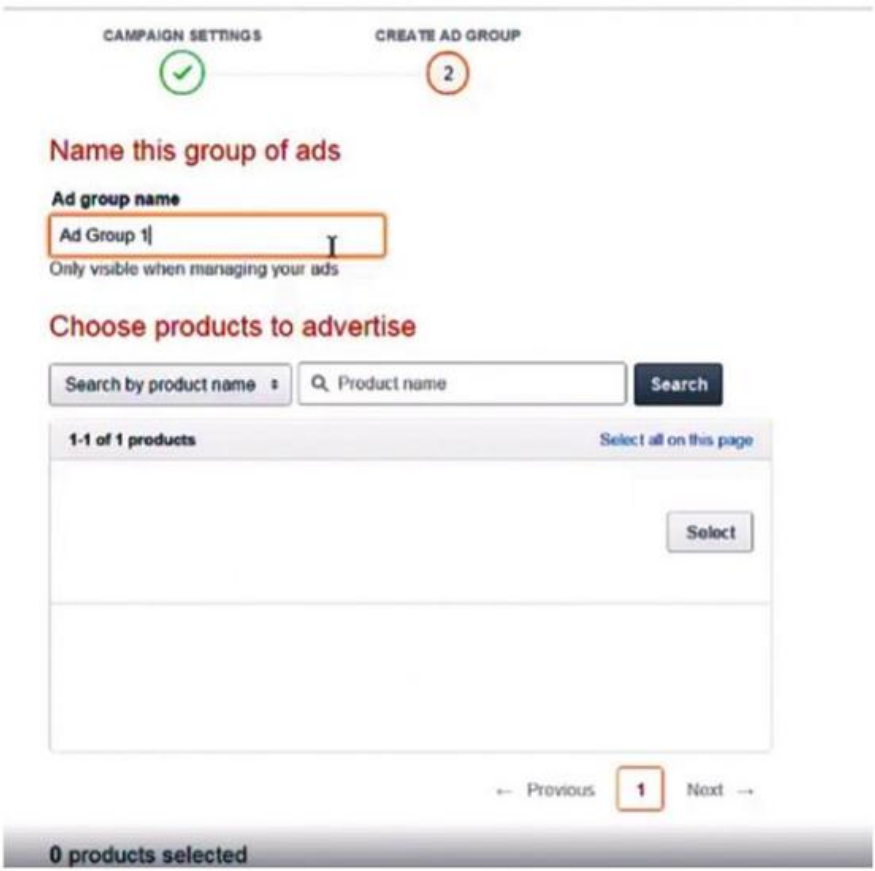
- *Automatic targeting:* Amazon sẽ tự động nhắm mục tiêu quảng cáo tới tất cả khách hàng có liên quan dựa trên thông tin sản

phẩm của bạn, bằng cách dự đoán sản phẩm của bạn có keyword gì thì nó sẽ tự đề xuất ra những keyword đó để hiển thị quảng cáo đến người dùng.

- *Manual targeting:* Quảng cáo của bạn sẽ xuất hiện khi khách hàng tìm kiếm từ khóa mà bạn đã cung cấp. Để chắc chắn hơn bạn nên chọn phần này.

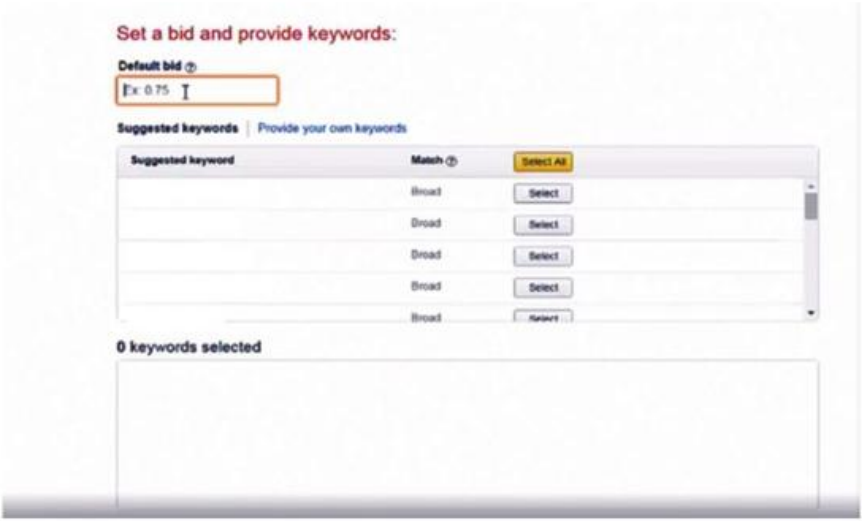
Click Continue để đến bước tiếp theo.

- Bước 2: Chọn sản phẩm để quảng cáo



• Ad group name bạn có thể đặt tên tùy ý, vì tên này không hiển thị cho khách hàng, mà bạn chỉ cần đặt sao cho dễ nhớ, dễ phân biệt mà thôi.

• Click vào nút Select để chọn sản phẩm bạn muốn quảng cáo.



• Default bid: Bạn sẽ đấu thầu bao nhiêu $/click. (Tối thiểu là $0,02/click)

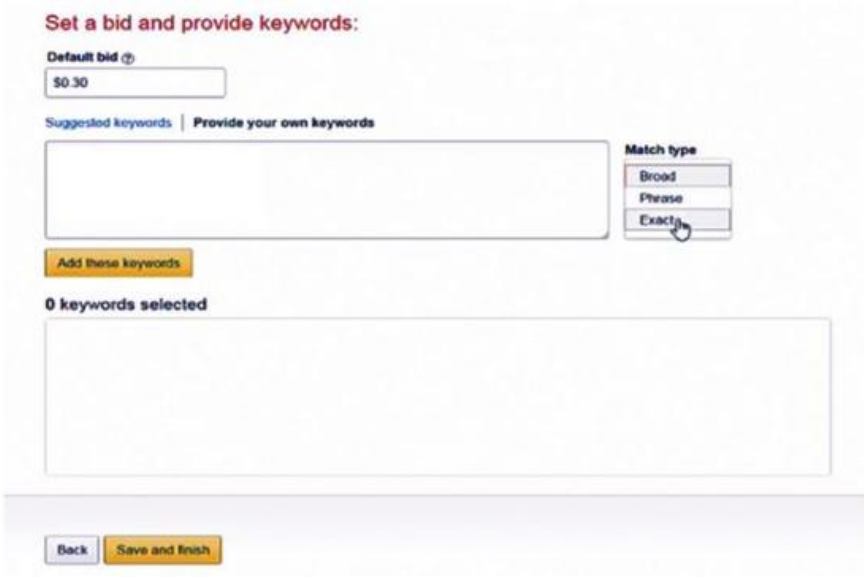
Ở đây, Amazon Ads sẽ tính phí theo Pay per click - PPC. Nghĩa là, họ sẽ chỉ tính tiền mỗi khi khách hàng nhấn vào quảng cáo của bạn mà thôi. Tùy vào độ cạnh tranh của từ khóa và giá thầu cao hay thấp.

• Bạn có thể chọn từ khóa ở trong khung Suggested keyword, đây là những từ khóa mà Amazon gợi ý cho bạn. Hoặc có thể tự chọn từ khóa bằng tool keywordtooldominator.com.

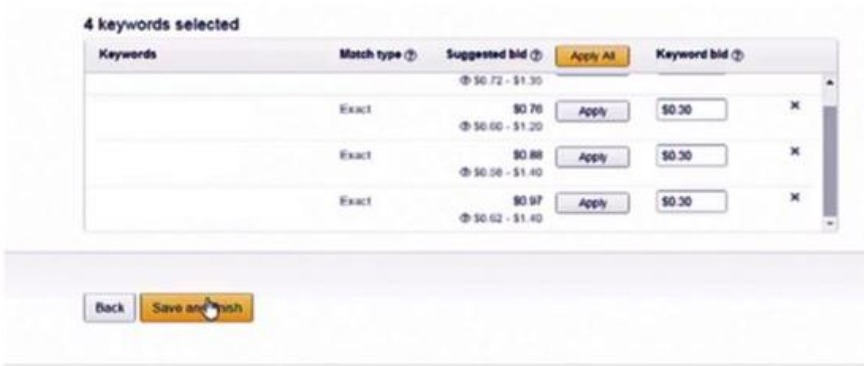
Ở trong tool này, bạn sẽ tìm được những từ khóa liên quan đến những từ khóa chính mà khách hàng hay search trên Amazon. Lưu ý, Rank (Xếp hạng) càng nhỏ tức là lượng tìm kiếm từ khóa đó càng cao.

Khi tìm được từ khóa thích hợp rồi, bạn có thể điền từ khóa đó vào mục Provide your own keywords. Mỗi từ khóa là một dòng. Để quảng cáo của bạn hiển thị cho khách hàng khi họ tìm kiếm trùng

với từ khóa của bạn cung cấp, thì ở phần Match type bạn sẽ chọn Exact. Rồi ấn Add these keywords.



Bên dưới sẽ hiển thị những từ khóa mà bạn đã chọn cùng với giá thầu từ khóa. Giá thầu này bạn có thể điều chỉnh sau khi bạn chạy thử và đọc báo cáo (report) của Amazon trong vòng 24h - 48h.



Cuối cùng bạn nhấn Save and finish để hoàn thành. Quảng cáo của bạn sẽ mất một khoảng thời gian ngắn để chờ phê duyệt và bắt đầu hiển thị.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 1 - PHẦN V

- Amazon Sponsored Ads là dịch vụ quảng cáo của Amazon, dựa trên những từ khóa mà người bán hàng cung cấp hoặc dựa vào list

các sản phẩm của bạn trên Amazon, mà sản phẩm của bạn sẽ được hiển thị đến những khách hàng đang tìm kiếm sản phẩm hay từ khóa đó.

- Vị trí hiển thị của Amazon Ads là ở trên cùng, ở giữa và chân trang kết quả tìm kiếm. Mỗi vị trí là 4 sản phẩm. Ngoài ra, nó còn xuất hiện ở trong trang bán hàng, mục sponsored ads relate this product.

- **ACoS = Chi phí quảng cáo / Doanh thu x 100%** (ACoS là phần trăm chi phí quảng cáo bạn bỏ ra khi bán hàng trên Amazon).

- Dựa vào chỉ số ACoS này, bạn có thể tính được nên dành ra bao nhiêu chi phí cho quảng cáo cho 1 sản phẩm dựa theo công thức sau:

Lợi nhuận = Giá bán - (Amazon Fee + giá gốc sản phẩm + phí vận chuyển sang kho Amazon) - Chi phí quảng cáo (nếu có)

Vậy để có lợi nhuận thì chi phí quảng cáo phải nhỏ hơn giá bán trừ đi các chi phí cố định như trên.

- Cách tạo quảng cáo trên Amazon.

.....

.....

.....

.....

Chương 2
TỐI ƯU AMAZON ADS

1 TỐI ƯU AUTO ADS

Để Auto Ads chạy hiệu quả, bạn cần phải làm chuẩn, chính xác phần Search Term, vì Amazon chủ yếu dựa theo phần Search Term của bạn để hiển thị quảng cáo. Vui lòng xem lại phần Search Term để hiểu rõ hơn.

Cách tối ưu Auto Ads:

- Chia nhỏ ngân sách, tạo thật nhiều campaign auto (ví dụ 100$/day cho 1 campaign, thì giờ bạn chia nó ra thành 20 campaign, mỗi campaign 5$).

- Amazon nó sẽ tự động phân phối hiển thị, tối ưu keyword cho mình.

- Theo dõi từ 5-7 ngày. Campaign nào hiệu quả, ACoS thấp thì ta tiếp tục giữ và chạy tiếp. Campaign nào ACoS cao, bạn nên tắt đi và tạo lại campaign auto khác. Không nên tăng ngân sách sang campaign đã chạy tốt, vì nếu tăng, bạn đang ép amazon reach sang keyword khác, dẫn đến không hiệu quả, ACoS tăng.

2 Tối ưu Manual Ads

Trên thực tế, không có một tiêu chuẩn nào cho việc tối ưu này. Cấu trúc chuẩn phụ thuộc vào việc lựa chọn quy mô và tính đồng nhất của người bán, mục tiêu chiến dịch của người bán và những điểm cần được cân nhắc khác.

Cách tối ưu Manual Ads:

- Cấu trúc chiến dịch một cách phù hợp và nhất quán.

Thông thường, để tránh việc quảng cáo bị lặp, một chiến dịch sẽ cung cấp cho bạn các nhóm đặc điểm để bạn có thể follow theo chúng như là:

• Theo thể loại sản phẩm (Ví dụ: máy ảnh, giày thể thao, laptop,...)

• Theo thương hiệu (Ví dụ: Canon, Nike, Apple,...)

• Theo top sản phẩm bán chạy (Top 10)

- Gộp những sản phẩm tương tự vào trong cùng một nhóm quảng cáo.

Khi sản phẩm của bạn xuất hiện thì cũng là lúc keyword được thiết lập, vậy nên, bạn luôn phải ấn định trong đầu rằng bạn sẽ phải chọn những sản phẩm phù hợp với từ khóa bạn đưa ra. Do vậy, hãy gộp tất cả sản phẩm vào trong một nhóm quảng cáo phù hợp với những từ khóa của bạn.

- Nên tạo nhiều nhóm quảng cáo khác nhau cho từng từ khóa với các mức độ tổng quát khác nhau.

Khi giới hạn sản phẩm của bạn càng rộng thì số lượng keyword với những đặc tính khác nhau càng lớn. Ví dụ, bạn tạo một chiến dịch cho danh mục sản phẩm của bạn là giày nam chẳng hạn, trong giày nam có các loại giày như sneaker, slipper, boots,... Khi đó, bạn sẽ chia nhỏ nhóm quảng cáo của mình ra như sau:

• Ad Group 1: Giày dành cho nam với từ khóa chung như “men’s shoes” hoặc “shoes for men”.

• Ad Group 2: Giày thể thao nam với từ khóa cụ thể như là “men’s sneaker”, “sport shoes for men”, “men’s tennis shoes”,... và các loại giày tương tự.

• Ad Group 3: Giày bốt nam với các từ khóa “men’s boots” hoặc “chukka for men”,... cùng các loại bốt tương tự.

- Tối ưu hóa các trang bán hàng trên Amazon của bạn để chắc chắn quảng cáo được hiển thị cho tất cả truy vấn tìm kiếm có liên quan.

Amazon chắc chắn rằng các quảng cáo được hiển thị trên trang web của họ có liên quan đến khách hàng. Đây cũng là lý do vì sao quảng cáo thường chỉ hiển thị cho những từ khóa chứa trong thông tin ở trang bán hàng của bạn (Tiêu đề, đặc tính, mô tả,

search term). Hãy kiểm tra xem tần số hiển thị các từ khóa ở những dòng text trong trang bán hàng của bạn có nhiều hay không. Nếu không, hãy cố gắng làm cho các từ khóa đó xuất hiện nhiều lần để chắc chắn quảng cáo sẽ chạy cho nó, khi đó, bạn có thể tiếp cận đến nhóm khách hàng tiềm năng rộng hơn.

- Loại trừ những truy vấn tìm kiếm không mong muốn để giảm bớt chi phí.

Quảng cáo Amazon không phải lúc nào cũng hiển thị cho những search term chính xác mà bạn đặt giá thầu. Truy vấn tìm kiếm có thể khác với những từ khóa mà bạn đã nhập theo match type (trùng khớp). Để tránh những chi phí không cần thiết trong trường hợp này có 2 sự lựa chọn dành cho bạn:

• Set keyword match types (Đặt từ khóa trùng khớp): Tại đây, Amazon sẽ đưa ra 3 options cho bạn lựa chọn.

- **Board:** Quảng cáo sẽ hiển thị nếu những truy vấn tìm kiếm của khách hàng bao gồm tất cả những chữ trong những từ khóa của bạn. Thứ tự chữ không thành vấn đề. Thêm nữa, cách thức này sẽ cân nhắc các lỗi chính tả và từ đồng nghĩa sao cho phù hợp.

- **Phrase:** Quảng cáo sẽ xuất hiện khi truy vấn tìm kiếm của khách hàng bao gồm những từ khóa (có thể là một từ hoặc một cụm từ) bạn đã cung cấp theo thứ tự.

- **Exact:** Quảng cáo chỉ hiển thị khi truy vấn tìm kiếm trùng khớp với những từ khóa bạn cung cấp.

• Set negative keyword (Đặt từ khóa phủ định): Quảng cáo của bạn sẽ không hiển thị cho những truy vấn tìm kiếm có chứa từ khóa phủ định. Ở đây có 2 options cho bạn lựa chọn.

- **Negative exact:** Quảng cáo của bạn sẽ chỉ bị loại trừ nếu truy vấn tìm kiếm của khách hàng trùng khớp với những từ khóa phủ định mà bạn đã thêm vào.

- **Negative phrase:** Quảng cáo của bạn sẽ chỉ bị loại trừ nếu truy vấn tìm kiếm của khách hàng chứa một phần hoặc toàn bộ từ khóa phủ định bạn cung cấp.

- Theo dõi chi phí chiến dịch PPC của bạn dựa trên hiệu suất sản phẩm.

Trong hầu hết các trường hợp, có rất nhiều các sản phẩm khác

nhau trong một nhóm quảng cáo có chung từ khóa. Những sản phẩm nào bán chạy nhất trong số đó bạn sẽ nhận thấy qua thời gian. Để đạt được mục tiêu bán hàng tối đa với nhóm quảng cáo đó, các sản phẩm có hiệu suất kém sẽ dần bị loại bỏ. Bằng cách đó, bạn sẽ phát đi tín hiệu tần số hiển thị và click đến các sản phẩm còn lại, và chuyển đổi click thành hành động mua hàng hiệu quả hơn.

- Xác định chi phí bán hàng trung bình mục tiêu của bạn trên Amazon (ACoS).

Chi phí bán hàng trung bình mục tiêu của bạn phải được đặt ra, nó có thể thay đổi tùy theo mục đích của chiến dịch đó là gì. Nếu bạn chủ yếu nhắm mục tiêu đến lợi nhuận thì khi đó con số mục tiêu sẽ dựa trên lợi nhuận của bạn. Con số này thường là từ 5% - 15%. Ngược lại, nếu mục tiêu của bạn là quảng cáo cho sản phẩm mới và cải thiện khả năng hiển thị tự nhiên, thì bạn có thể sẽ muốn chi nhiều hơn cho doanh số bán hàng của mình, hoặc thậm chí bạn có thể chịu lỗ trong một thời gian ngắn để duy trì lợi nhuận trong thời gian dài. ACoS lúc này có thể lên tới 100%.

- Theo dõi và tối ưu giá thầu CPC của bạn.

Giá thầu CPC tối ưu khác nhau tùy theo từ khóa. Đó là lý do vì sao mỗi giá thầu được kiểm soát riêng biệt cho mỗi từ khóa trên các chiến dịch thủ công (Manual campaigns). Hãy nhớ rằng, một lượng dữ liệu vững chắc là điều cơ bản cần thiết để ước lượng giá thầu. Đó cũng là lý do tại sao bạn nên đợi ít nhất một tuần trong khi điều chỉnh giá thầu. Dưới đây là những nguyên tắc chung về tính năng tối ưu hóa giá thầu CPC:

• Nếu chi phí bán hàng cho từ khoá vượt qua giá trị mục tiêu, giá thầu nên thấp hơn để thử nghiệm xem liệu chi phí quảng cáo và doanh thu có thể mang lại tỷ lệ mong muốn hay không.

• Nếu chi phí bán hàng nằm dưới giá trị mục tiêu, bạn nên kiểm tra xem liệu lượng tiếp cận của quảng cáo cùng với doanh thu có thể được mở rộng bằng cách tăng giá thầu hay không?

• Nếu từ khoá không tạo ra doanh số bán hàng hoặc đang có quá ít lượt hiển thị, thì từ khoá nên được thử nghiệm xem liệu giá thầu cao hơn có thể khiến chúng hoạt động?

• Từ khoá chỉ tạo ra chi phí và không có chuyển đổi ngay cả trong một khoảng thời gian dài - hoặc chúng không thể được điều chỉnh đến phạm vi giá thầu có thể sinh lời thì bạn nên dừng lại.

- Bắt đầu đặt giá thầu trên các từ khóa mới với mức giá cao hơn. Nếu bạn đang thêm từ khoá mới, thì bạn nên đặt giá thầu CPC cao hơn lúc đầu (Ít nhất là $0,75 tuỳ thuộc vào danh mục). Từ khoá mới chưa có bất kì lịch sử click nào để cho thấy rằng Amazon có thể lưu ý đến khi kiểm soát hiển thị quảng cáo. Để cho từ khoá được khởi động và có được một vài lượt hiển thị cùng lượt click, thì nhất định bạn phải đặt cho nó một giá thầu cao hơn từ khóa cũ. Ngay khi một vài lịch sử click xuất hiện, giá thầu này có thể được hạ xuống để tiếp tục tìm kiếm mức giá thầu tối ưu.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 2 - PHẦN V

- Cách tối ưu Auto Ads:

• Chia nhỏ ngân sách, tạo thật nhiều campaign auto, Amazon sẽ tự động phân phối hiển thị, tối ưu keyword cho mình.

• Theo dõi từ 5-7 ngày. Campaign nào hiệu quả, ACoS thấp thì ta tiếp tục giữ và chạy tiếp. Campaign nào ACoS cao, bạn nên tắt đi và tạo lại campaign auto khác.

- Cách tối ưu Manual Ads:

• Cấu trúc chiến dịch một cách phù hợp và nhất quán.

• Gộp những sản phẩm tương tự vào trong cùng một nhóm quảng cáo.

• Nên tạo nhiều nhóm quảng cáo khác nhau cho từng từ khóa với các mức độ tổng quát khác nhau.

• Tối ưu hóa các trang bán hàng trên Amazon của bạn để chắc chắn quảng cáo được hiển thị cho tất cả truy vấn tìm kiếm có liên quan.

• Loại trừ những truy vấn tìm kiếm không mong muốn để giảm bớt chi phí.

• Theo dõi chi phí chiến dịch PPC của bạn dựa trên hiệu suất sản phẩm.

• Xác định chi phí bán hàng trung bình mục tiêu của bạn trên Amazon (ACoS).

• Theo dõi và tối ưu giá thầu CPC của bạn.

• Bắt đầu đặt giá thầu trên các từ khóa mới với mức giá cao hơn.

Chương 3

TẠI SAO CẦN ĐĂNG KÝ TRADEMARK?

-Bảo vệ thương hiệu của bạn trên Amazon, tránh seller khác bán trong trang bán của bạn (listing), khiến bạn mất đơn hàng

- Được phép đăng ký và sử dụng các dịch vụ khác của Amazon như Amazon Marketing Services (https://ams.amazon.com), giúp bạn tiếp cận nhiều khách hơn và đẩy mạnh doanh số bán hàng.

Bạn không cần phải là người Mỹ để có thể đăng ký trademark tại Mỹ, giờ đây đã có dịch vụ đăng ký online làm giúp bạn từ A đến Z. Chỉ cần bạn có thẻ visa để thanh toán phí dịch vụ mà thôi.

Các bước đăng ký Trademark:

1. Truy cập https://www.trademarkia.com/register-a-trademark.aspx.

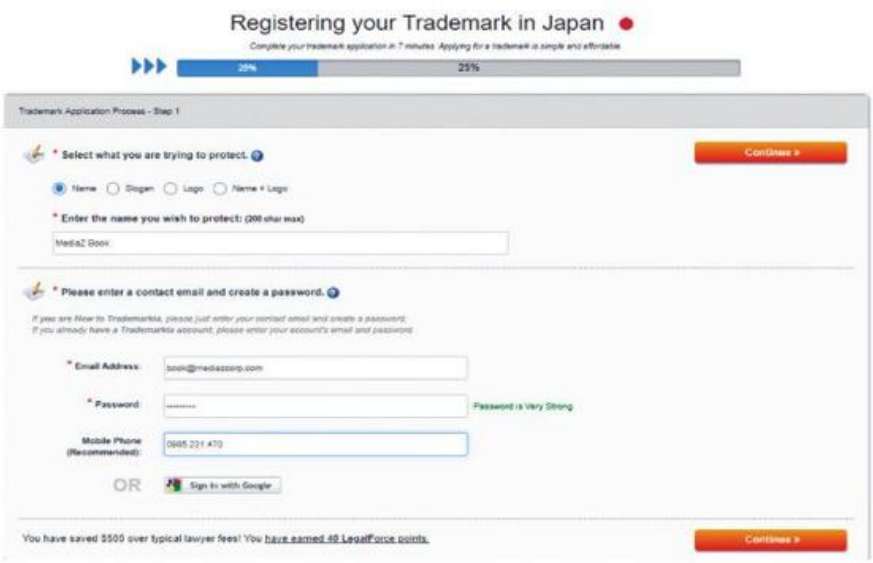
2. Tìm đến mục *5. International Trademark Registration Services*, chọn quốc gia bạn muốn đăng ký trademark. Mình sẽ ví dụ làm bên Nhật Bản.

5.International Trademark Registration Services
- One Easy form to fill and protection in multiple countries
- Same tiered, protection packages in 170+ countries
- Custom quotes provided for countries not listed
- Centralized, secure access for all your brand trademarks
- International Trademark Pricing Details
See All Countries »

3. Click “Start my trademark registration”.

Trademarkia
FREE TRADEMARK SEARCH / REGISTER A TRADEMARK / A LA CARTE TRADEMARK REGISTRATION
Overview of Japan
Trademark Registration Service
A La Carte Trademark Registration Package - Protect your brand by registering your name or logo online in just minutes. Pricing starts at $999 USD + govt fee
START MY TRADEMARK REGISTRATION

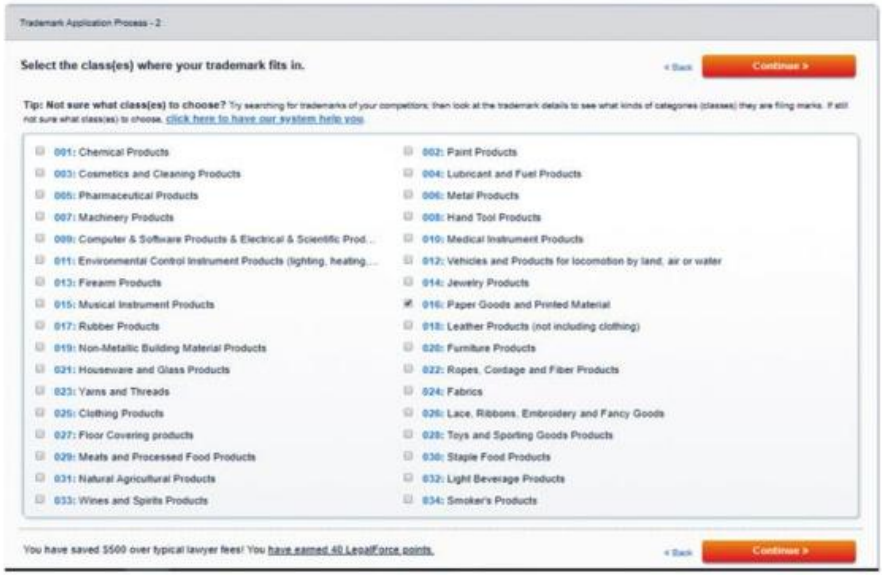
4. Chọn vào hình thức bạn muốn đăng ký, điền đầy đủ info rồi ấn Continue.


Registering your Trademark in Japan
Complete your trademark application in 7 minutes. Applying for a trademark is simple and affordable.
25%
25%
Trademark Application Process - Step 1
* Select what you are trying to protect.
Continue »
Name
Slogan
Logo
Name + Logo
* Enter the name you wish to protect: (200 char max)
MediaZ Book
* Please enter a contact email and create a password.
If you are New to Trademarkia, please just enter your contact email and create a password.
If you already have a Trademarkia account, please enter your account's email and password
* Email Address:
book@mediazcorp.com
* Password:
Password is Very Strong
Mobile Phone (Recommended):
0985.221.470
OR
Sign In with Google
You have saved $500 over typical lawyer fees! You have earned 40 LegalForce points.
Continue »

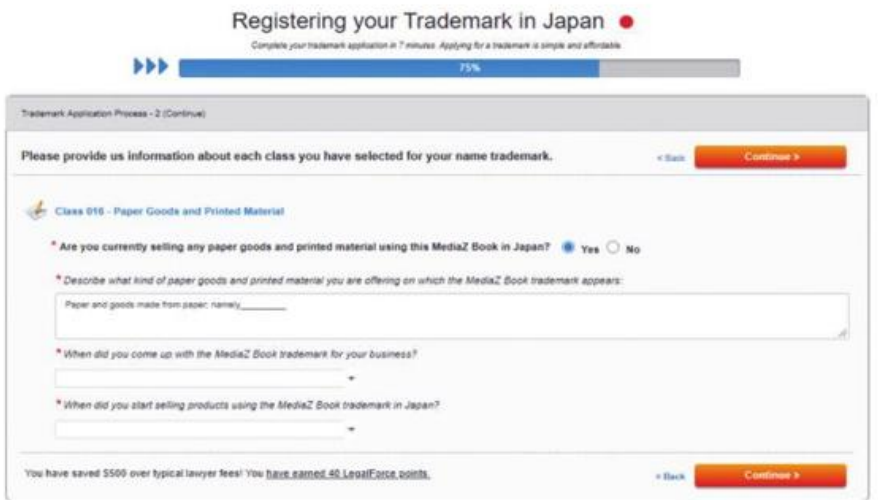
5. Tại mục "Are you currently using your MediaZ Book trademark?", bạn nên chọn Yes, điền tên sản phẩm bạn đang bán hoặc có ý định bán trên Amazon. Nếu bạn chọn No, bạn sẽ bị mất thêm phụ phí.

Registering your Trademark in Japan
Complete your trademark application in 7 minutes. Applying for a trademark is simple and affordable.
45%
45%
Trademark Application Process - Step 1 (Cont.)
* Are you currently using your MediaZ Book trademark?
« Back
Continue »
Yes
No
Select this option if this trademark is currently being offered to the public in the country in which you are requesting registration.
* What products or services are you currently offering that feature your MediaZ Book mark?
Book,
Please make sure your description is accurate. For example, if you are making only wine, do not list beer.
* Are you using your trademark on a product, service or both?
Products
Services
Products & Services
You have saved $500 over typical lawyer fees! You have earned 40 LegalForce points.
« Back
Continue »

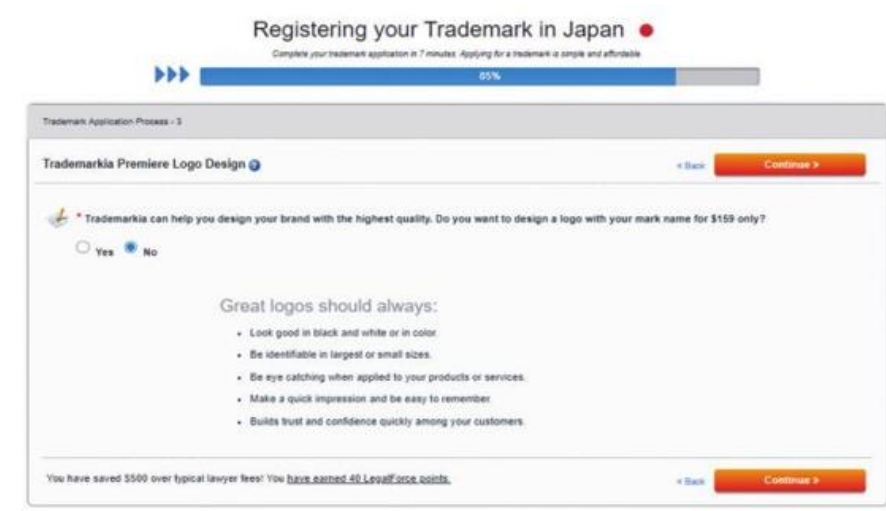
6. Bước tiếp theo, tick vào danh mục sản phẩm của bạn.


Trademark Application Process - 2
Select the class(es) where your trademark fits in.
< Back
Continue >
Tip: Not sure what class(es) to choose? Try searching for trademarks of your competitors, then look at the trademark details to see what kinds of categories (classes) they are filing marks. If still not sure what class(es) to choose, click here to have our system help you.
001: Chemical Products
002: Paint Products
003: Cosmetics and Cleaning Products
004: Lubricant and Fuel Products
005: Pharmaceutical Products
006: Metal Products
007: Machinery Products
008: Hand Tool Products
009: Computer & Software Products & Electrical & Scientific Prod...
010: Medical Instrument Products
011: Environmental Control Instrument Products (lighting, heating,...
012: Vehicles and Products for locomotion by land, air or water
013: Firearm Products
014: Jewelry Products
015: Musical Instrument Products
016: Paper Goods and Printed Material
017: Rubber Products
018: Leather Products (not including clothing)
019: Non-Metallic Building Material Products
020: Furniture Products
021: Houseware and Glass Products
022: Ropes, Cordage and Fiber Products
023: Yarns and Threads
024: Fabrics
025: Clothing Products
026: Lace, Ribbons, Embroidery and Fancy Goods
027: Floor Covering products
028: Toys and Sporting Goods Products
029: Meats and Processed Food Products
030: Staple Food Products
031: Natural Agricultural Products
032: Light Beverage Products
033: Wines and Spirits Products
034: Smoker's Products
You have saved $500 over typical lawyer fees! You have earned 40 LegalForce points.
< Back
Continue >

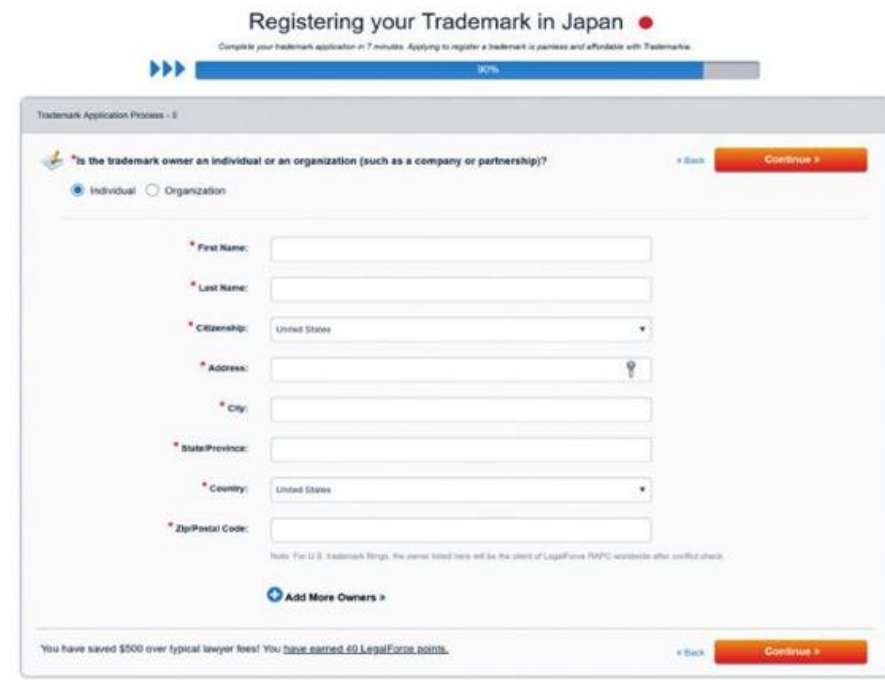
7. Trả lời các câu hỏi liên quan đến trademark bạn đăng ký và ấn Continue.


Registering your Trademark in Japan
Complete your trademark application in 7 minutes. Applying for a trademark is simple and affordable.
75%
Trademark Application Process - 2 (Continue)
Please provide us information about each class you have selected for your name trademark.
< Back
Continue >
Class 016 - Paper Goods and Printed Material
* Are you currently selling any paper goods and printed material using this MediaZ Book in Japan? Yes No
* Describe what kind of paper goods and printed material you are offering on which the MediaZ Book trademark appears:
Paper and goods made from paper, namely,
* When did you come up with the MediaZ Book trademark for your business?
* When did you start selling products using the MediaZ Book trademark in Japan?
You have saved $500 over typical lawyer fees! You have earned 40 LegalForce points.
< Back
Continue >

8. Tiếp tục nhấn vào Continue.


Registering your Trademark in Japan
Complete your trademark application in 7 minutes. Applying for a trademark is simple and affordable.
65%
Trademark Application Process - 3
Trademarkia Premiere Logo Design
< Back
Continue >
* Trademarkia can help you design your brand with the highest quality. Do you want to design a logo with your mark name for $159 only?
Yes
No
Great logos should always:
Look good in black and white or in color.
Be identifiable in largest or small sizes.
Be eye catching when applied to your products or services.
Make a quick impression and be easy to remember.
Builds trust and confidence quickly among your customers.
You have saved $500 over typical lawyer fees! You have earned 40 LegalForce points.
< Back
Continue >

9. Điền thông tin của bạn.


Registering your Trademark in Japan
Complete your trademark application in 7 minutes. Applying to register a trademark is painless and affordable with Trademarkia.
80%
Trademark Application Process - 3
*Is the trademark owner an individual or an organization (such as a company or partnership)?
< Back
Continue >
Individual
Organization
* First Name:
* Last Name:
* Citizenship:
United States
* Address:
* City:
* State/Province:
* Country:
United States
* Zip/Postal Code:
Add More Owners >
You have saved $500 over typical lawyer fees! You have earned 40 LegalForce points.
< Back
Continue >

10.Add thẻ để thanh toán dịch vụ.

Như vậy là chỉ với 10 bước đơn giản, bạn đã đăng ký xong. Việc tiếp theo là chờ đợi phía dịch vụ hoàn thành việc đăng ký. Trước tiên họ sẽ kiểm tra xem trademark của chúng ta có bị trùng hay không, có được đăng ký hay không. Nếu được thì họ sẽ tiến hành đăng ký cho bạn. Thông thường bạn sẽ mất khoảng 4-8 tháng để

hoàn tất việc đăng ký.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 3 - PHẦN V

- Đăng ký Trade mark để:

• Bảo vệ thương hiệu của bạn trên Amazon, tránh seller khác bán vào listing của bạn, khiến bạn mất đơn hàng

• Được phép đăng ký và sử dụng các dịch vụ khác của Amazon như Amazon Marketing Services, giúp bạn tiếp cận nhiều khách hơn và đẩy mạnh doanh số bán hàng.

- Cách đăng ký Trade Mark (10 bước):

• Truy cập https://www.trademarkia.com/register-a-trademark.aspx.

• Tìm đến mục *International Trademark Registration Services*, chọn quốc gia bạn muốn đăng ký trademark.

• Click "Start my trademark registration".

• Chọn vào hình thức bạn muốn đăng ký, điền đầy đủ info rồi ấn Continue.

• Bước tiếp theo, tick vào danh mục sản phẩm của bạn.

• Trả lời các câu hỏi liên quan đến trademark bạn đăng ký và ấn Continue.

• Điền thông tin của bạn.

• Add thẻ để thanh toán dịch vụ.

.....

.....

.....

.....

Chương 4
LÊN TOP AMAZON

Có rất nhiều yếu tố để Amazon đánh giá, sắp xếp vị trí hiển thị sản phẩm của bạn. Dưới đây là năm chỉ số bạn nên tập trung theo dõi:

- Lượng sale trung bình/ngày

- CTR: tỷ lệ mua hàng/click

- Review

- Feedback

- Rank buyer

Giờ chúng ta sẽ đi đi sâu vào từng yếu tố

1 Lượng sale trung bình/ngày

- Cách đơn giản nhất là giveaway. Cho miễn phí sản phẩm khi mới lauching. Bạn hãy tạo coupon code giảm giá, sau đó đưa coupon code đó cho bạn bè, người thân hoặc thành viên các group trên Facebook. Lưu ý: không được yêu cầu nhận sản phẩm đổi lấy review, điều đó vi phạm chính sách của Amazon, tài khoản của bạn sẽ bị khóa ngay lập tức. Thay vào đó, sau 1-2 tuần, thông qua hệ thống email của Amazon, bạn gửi thư đến khách hàng, thăm hỏi khách hàng có hài lòng về sản phẩm hay không. Nếu hài lòng, hãy thể hiện niềm vui và sự biết ơn nếu khách hàng để lại review cho sản phẩm của bạn.

- Cross Sale: nhờ seller khác gửi link sản phẩm tới khách hàng của họ, khi có sale, bạn sẽ chia lại % doanh thu cho seller đó. Đôi bên cùng có lợi.

2 CTR

Nếu có 100 click xem sản phẩm của bạn, và có 15 sale, thì CTR = 15%

Để tăng CTR thì bạn cần ảnh đẹp, sản phẩm, chính sách thu hút khách hàng tốt hơn đối thủ.

3 Review

- Tỷ lệ review/sale và điểm review trung bình càng cao, thì sản phẩm của bạn càng được ưu tiên.

- Cách hay nhất để có review tốt là sản phẩm của bạn có mẫu mã đẹp và chất lượng cao. Đừng bán sản phẩm nhập giá rẻ, kém chất lượng, chỉ cần bị review xấu thôi là sản phẩm của bạn sẽ rất khó bán.

4 Feedback

Thường xuyên gửi email chăm sóc khách hàng, quan tâm đến cảm nhận của khách hàng chính là cách tốt nhất để có lượng Feedback tốt. Hiện tại bạn có thể sử dụng dịch vụ gửi email tự động tới khách hàng trên Amazon bằng feedbackgenius.com, giúp bạn tiết kiệm rất nhiều thời gian.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 4 - PHẦN V

Có rất nhiều yếu tố để Amazon đánh giá, sắp xếp vị trí hiển thị sản phẩm của bạn. Dưới đây là năm chỉ số bạn nên tập trung theo dõi:

- Lượng sale trung bình/ngày

- CTR: tỷ lệ mua hàng/click

- Review

- Feedback

- Rank buyer

.....

.....

.....

Phụ lục 1

CÁCH TẠO COUPON GIẢM GIÁ 99% CHO SẢN PHẨM

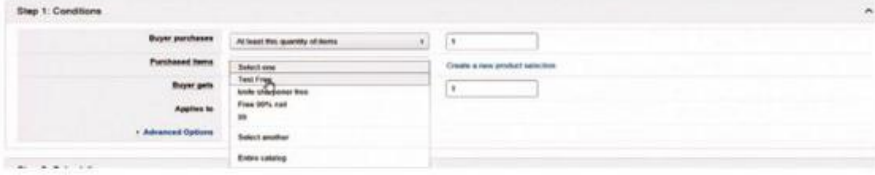
- Bước 1: Ở trang quản lý bán hàng của Amazon, chúng ta chọn mục Promotions trong phần Advertising. Khi đó màn hình sẽ hiển thị như hình bên dưới, bạn nhấn vào ô Create ở phần Money Off.

Ở bước này, việc đầu tiên bạn cần làm là tạo danh sách những sản phẩm mà bạn muốn cho đi. Hãy ấn vào Create a new product selection.

Ở phần Product Section Type, bạn chọn ASIN Lists, rồi nhấn vào nút màu vàng.

Màn hình sẽ hiển thị như ảnh. Bạn điền đầy đủ thông tin sản phẩm, rồi ấn Submit.

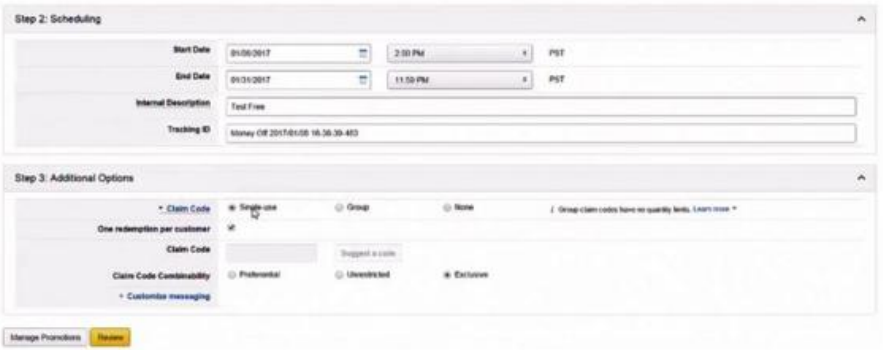
- Bước 2: Quay trở lại trang trước. Bạn sẽ chọn trong mục Purchased Items mặt hàng mà bạn vừa đặt tên.



Sau đó, ở phần Buyer purchases có 3 tùy chọn, một là At least amount - bạn sẽ giảm giá khi khách hàng mua với số tiền tối thiểu nào đó; hai là At least this quantity of items - khách hàng mua tối thiểu số lượng là bao nhiêu sản phẩm thì bạn sẽ giảm giá; cuối cùng For every quantity of item purchased - bạn sẽ giảm giá với mỗi lượng sản phẩm mà họ mua. Bạn có thể chọn phần nào cũng được. Thường thì mọi người hay chọn cái thứ 3.

Phần Buyer gets bạn có thể chọn Percent off, và điền vào ô bên cạnh là 99 (Nên nhớ Amazon chỉ cho bạn giảm đến 99% là tối đa mà thôi) hoặc chọn Fixed price for all items để đặt giá cố định một cho sản phẩm (tối thiểu là $1.00).

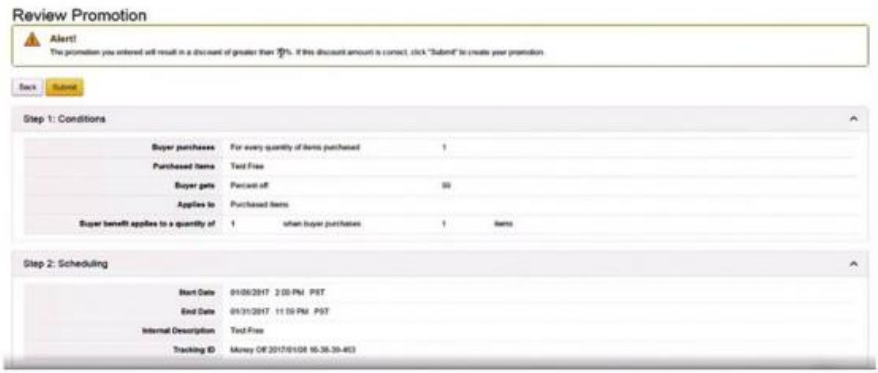
- Bước 3: Lên lịch.



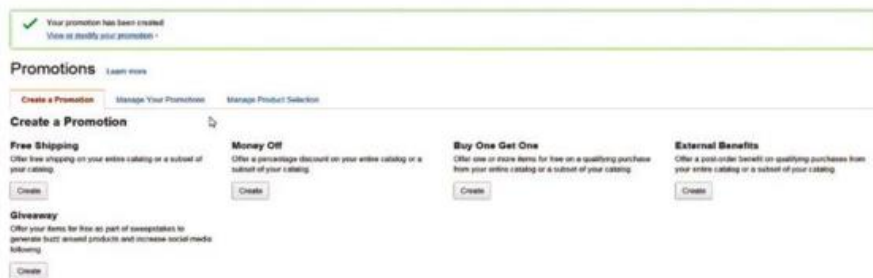
Phần Scheduling bạn sẽ chọn một khoảng thời gian để khách hàng có thể sử dụng mã code này và bạn sẽ phải nói với họ thời gian áp dụng cho mã code đó.

Lưu ý, ở phần Additional Options, mục Claim Code bạn hãy chọn Single-use. Mỗi mã code chỉ được dùng một lần và dành cho một người mà thôi. Sẽ rất bất lợi khi bạn chọn Group hoặc None, bởi khi chúng ta đưa mã code cho khách hàng, họ có thể cho những người khác dùng chung mã code đó. Bạn nghĩ xem, sẽ thế nào khi bạn bè, người thân của họ rất đông?

Cuối cùng bạn hãy ấn vào nút Review.



Alert! nghĩa là Amazon cảnh báo bạn số tiền giảm giá đang lớn hơn %70, nếu bạn vẫn chấp nhận như vậy thì nhấn Submit là ok.



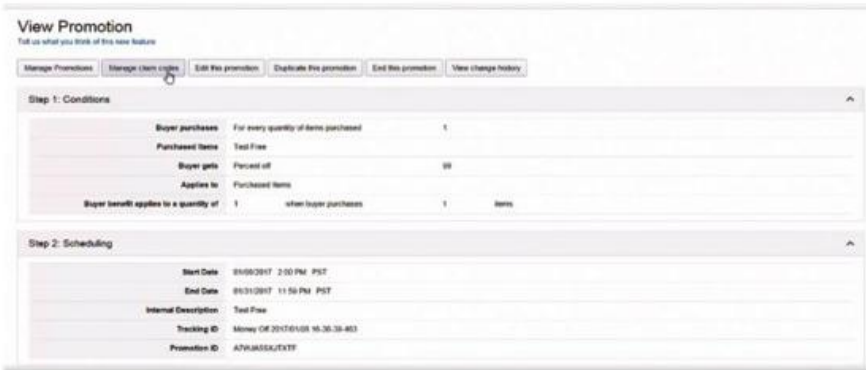
Khi màn hình hiện lên dấu tick màu xanh như trên nghĩa là bạn đã tạo Money off thành công. Bạn sẽ phải chờ từ 4h - 12h để Amazon kích hoạt chương trình giảm giá của bạn.

- Bước 4: Sau khi đã tạo xong mã giảm giá xong, việc của bạn là phải lấy mã code đó về.

Tiếp tục trang ở trên, bạn vào phần Manage Your Promotions

Bởi vì chương trình giảm giá của bạn chưa Active hệ thống chưa hiện lên thông tin gì cả, bạn sẽ chọn Pending và nhấn Search. Khi đó bên dưới sẽ hiện ra các thông tin bạn vừa tạo ở trên. Bạn ấn vào view.

Màn hình sẽ hiện ra như bên dưới, bạn chọn Manage claim codes khi đó bạn sẽ tải được mã code về.



Bạn sẽ điền những thông tin vào khung như họ yêu cầu. Group name là tên bạn đặt ở bước đầu tiên. Quantity là số lượng mã code bạn muốn cho đi. Rồi ấn vào Create. Khi đó, màn hình sẽ hiển thị các thông số ở bên dưới.

Bạn nhấn vào Download. Và hệ thống sẽ gửi về cho bạn một file .zip, bạn chỉ việc giải nén ra là lấy được số lượng mã code giảm giá 99% bạn vừa tạo đưa cho khách hàng.

33Q8-98M9BQ-5AKKEG
33ZK-P5N37P-EWU35T
332Y-ZZBGQY-886433
3IH7-5N7TKK-87VB45
337V-T3DQFV-2V9VCU
33X7-2VH2F2-25S9M5
3GE-E2N8GZ-CWMAAV
3JPX-ZTNPPN-37H3dX
3333-76P89D-QR272A
33TA-ZZQRBN-YKXGFR
335H-TCS9L4-PRBBTT
3JG8-9C48GX-3RQQSH
33F4-3U33U9-KHRC43
338A-QDF2Y3-UQCLVW
337R-LUW5EZ-QGUPR6
333Q-PHPPHC-H4BNCD
339B-QWZUF3-MVEZTR
335M-ZKLEGD-RKRRGM
3IK7-PL9DP7-B6GME3
3JRR-4BH9TT-G94ZXF
33LV-4WGH36-RHB9Z7
3JG8-PWN4GL-LNUDVK
3JGN-NBGL4C-W4FVCW
3JRX-N75XBN-VC8VX4
3JCG-365L4Y-WDETCU
333D-CULH97-V2F55R
3336-3DACP3-G35HLR
33TJ-UN7ZHB-ORSKDS

Phụ lục 2

CHECKLIST ĐIỀU KIỆN ĐỦ ĐỂ LÀM FBA THÀNH CÔNG

1. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM

Hãy đặt mình vào vị thế của người mua hàng, bạn sẽ thấy chất lượng sản phẩm rất quan trọng. Khi đặt mua một sản phẩm nào đó, bạn muốn nhận được một sản phẩm có chất lượng tốt hay một sản phẩm có chất lượng tồi? Và bạn sẽ bực bội thế nào khi giá của sản phẩm quá cao so với chất lượng của nó. Là người bán hàng, bạn không nên nhìn đến lợi nhuận ngay từ lúc bắt đầu, hãy nhìn về lâu dài, không có khách hàng nào muốn sử dụng loại hàng hóa kém chất lượng cả. Và đừng nghĩ sau khi hàng đến tay người tiêu dùng rồi là xong, khách hàng có quyền phản hồi và đánh giá về thương hiệu của bạn trên mạng xã hội hoặc trên chính trang bạn bán hàng cho nhiều người biết. Khi đó, liệu thương hiệu của bạn có thể tồn tại được lâu không khi toàn những review xấu? Hãy lựa chọn sản phẩm thật kỹ trước khi gửi hàng đến tay người tiêu dùng. Bạn có thể order hàng về tay, kiểm tra thật kỹ và đóng gói hàng trước khi gửi sang kho của Amazon. Việc làm này có thể tránh được những rủi ro như hàng hỏng, hàng kém chất lượng, mất hoặc thiếu hàng.

2. Đa dạng hóa nguồn sản phẩm

Hiện tại, đa số hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam được nhập khẩu từ Trung Quốc bởi vì chi phí sản xuất cũng như vận chuyển từ nước này thấp hơn so với các nước khác. Bạn không cần phải nhập toàn bộ sản phẩm của mình từ Trung Quốc, mà hãy thử nhiều nguồn hàng ở các nước khác nhau như Nhật Bản, Hàn Quốc,... hay thậm chí là những sản phẩm của Việt Nam đầy tiềm năng như cà phê, hồ tiêu, nón lá,...để xem cái nào phù hợp nhất

với bạn.

3. Khuyến mãi

Khuyến mãi thường ngắn hạn, nó thường bao gồm nhiều công cụ khuyến khích khác nhau như mã giảm giá, quay thưởng, tặng quà,...nhằm kích thích người tiêu dùng mua hàng nhiều hơn. Thường các doanh nghiệp sử dụng khuyến mãi khi lượng hàng tồn kho nhiều. Khuyến mãi ảnh hưởng không ít đến lợi nhuận của bạn, nhưng nếu có một chiến dịch khuyến mãi thành công, bạn sẽ đẩy đi được một số lượng hàng rất lớn.

4. Suppliers có tâm

Khi bạn tìm được một nhà cung cấp có tâm, hãy chăm chút cho mối quan hệ đó và đảm bảo rằng hai bên cùng có lợi (win - win). Một mối quan hệ vững chắc sẽ mang đến nhiều lợi ích cho bạn để phát triển kinh doanh bền vững về lâu dài. Hơn nữa, việc thường xuyên trao đổi thông tin với nhà cung cấp, bạn sẽ là người nằm trong danh sách những người đầu tiên biết được các chương trình khuyến mãi, chính sách chiết khấu cho những khách hàng thân thiết. Nếu người cung cấp hàng quen biết bạn, họ có thể sẽ cho bạn giá tốt hơn và đảm bảo rằng hàng đưa đến cho bạn đều là hàng chất lượng.

5. Tích cực tham gia các hội chợ triển lãm thương mại

Bạn có thể tham gia các hội trợ triển lãm thương mại để có được cảm nhận về những sản phẩm mà người không tham gia Amazon đang bán. Nếu nhiều người mua một sản phẩm nào đó mà ở Amazon không có tức là có thể họ đang có nhu cầu mua trên Amazon. Bằng cách này, mình có thể xây dựng được một danh sách khách hàng tiềm năng ngay trong thời gian tham gia hội chợ triển lãm.

6. Nguồn khách hàng

Đừng dựa hoàn toàn vào nguồn khách hàng đến từ Amazon. Bạn không thể ngồi đợi khách hàng của mình vào trang Amazon và tìm kiếm sản phẩm của mình. Hãy làm mọi cách để dẫn khách hàng đến trang Amazon của bạn nhờ các công cụ tìm kiếm hay mạng xã hội khác như SEO Google, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram,...

7. Từ khóa và content hấp dẫn

Từ khóa không chỉ liên quan đến các mặt hàng bạn đang bán mà nó có thể tối ưu hóa được trang sản phẩm của bạn để thu hút khách hàng và tăng thứ hạng trên Amazon. Công đoạn nghiên cứu từ khóa tiềm năng không phải đơn giản, nếu bạn chọn từ khóa ngắn có độ cạnh tranh cao, khi đó bạn sẽ phải mất rất nhiều thời gian và công sức mới có thể lên được top đầu. Bạn nên tập trung vào những từ khóa dài, có độ cạnh tranh thấp, những từ khóa này rất hiệu quả đối với thị trường ngách. Bởi vì sao? Khi khách hàng có ý định mua một sản phẩm nào đó đầu tiên, thường hành vi của họ khi truy vấn tìm kiếm từ khóa rất cụ thể, đó chính là thông tin mà họ mong muốn biết về mặt hàng này. Và dĩ nhiên là từ khóa họ tìm không bao giờ ngắn cả, nó bao gồm cả phần đuôi dài ở đằng sau nó. Ví dụ, khách hàng muốn tìm mua máy xay sinh tố, rất ít khi họ search từ khóa "blender" không, mà họ sẽ thêm các tiền tố hoặc hậu tố khác như là "best blender" hay "buy genuine blender". Sau khi có trong tay bộ từ khóa tiềm năng rồi, bạn có thể tiến hành lên kế hoạch tạo ra những content chất lượng bao quanh các từ khóa ấy và lên chiến lược quảng bá.

8. Danh sách sản phẩm

Khi tăng được thứ hạng trang bán hàng của bạn và được nhiều người biết đến rồi, việc của bạn tiếp theo là làm phong phú danh sách sản phẩm của mình trên Amazon. Nếu trang bán hàng của bạn chỉ lèo tèo vài sản phẩm, thì về lâu dài, khi bán hết cho những tập khách hàng tiềm năng rồi, sẽ không còn ai mua hàng cho bạn nữa. Hãy làm phong phú trang bán hàng của bạn liên tục, điều này rất quan trọng.

9. Chú ý đến những việc nhỏ nhặt

Khi các bạn làm kinh doanh, các bạn sẽ hiểu, không có một phép màu nhiệm nào xảy ra nếu bạn không bắt tay vào làm việc. Không có bí quyết nào giúp bạn trở thành triệu phú, tất cả là sự kết hợp từ những điều nhỏ nhặt nhất. Hãy cố gắng gây ấn tượng với khách hàng ngay từ lần đầu tiên bằng sự chuyên nghiệp và chân thành. Ví dụ như, giao hàng đúng thời hạn, đóng gói hàng cẩn thận, luôn kiểm tra kỹ phần nhãn dán trên sản phẩm để đảm bảo là nhãn hàng đã chính xác, theo dõi sát sao trang bán hàng, trả lời cẩn thận những phản hồi của khách hàng, chăm sóc và giải quyết các khiếu nại về sản phẩm một cách lịch sự và nhã nhặn, chân thành nhận lỗi với những phản hồi xấu, hiểu được họ muốn gì và thấy được vấn đề nằm ở đâu. Khi đó, hình ảnh thương hiệu của bạn sẽ tạo được uy tín đối với khách hàng từ những tương tác đầu tiên.

10. Bắt đầu từ những mặt hàng có giá thấp

Bạn không cần phải bắt đầu với những sản phẩm có giá từ $100 - $500 (khoảng 3,000,000 - 11,000,000 VNĐ). Hãy bắt đầu với những sản phẩm ở tầm $20 - $30 (khoảng 300,000 - 700,000 VNĐ). Đây là điểm vàng (sweet spot) khi bán hàng trên Amazon.

11. Tìm kiếm phản hồi

Hãy cố gắng tìm kiếm phản hồi từ bạn bè, người quen trước khi chính thức đưa sản phẩm lên kệ.

12. Cắt lỗ

Bạn yên tâm, sẽ có một vài sản phẩm bán không được chạy như mong đợi, đừng lo lắng, hãy bỏ qua và tiếp tục chiến đấu.

13. Tặng phiếu mua hàng miễn phí

Bạn có thể làm phiếu mua hàng để tặng miễn phí sản phẩm cho bạn bè và gia đình. Những phiếu giảm giá này vẫn được tính là những doanh số thực và vì vậy nó có thể sẽ giúp bạn tăng hạng trong danh sách những mặt hàng bán chạy nhất.

14. Gạt bỏ suy nghĩ mình nhỏ là kém lợi thế

Khi bắt đầu với việc bán hàng trên Amazon, không ít người nghĩ rằng nếu mình là doanh nghiệp nhỏ, liệu có thể cạnh tranh được với các đối thủ lớn? Tuy nhiên, sự thật là những người bán hàng nhỏ lẻ cũng có được lợi thế của riêng mình điển hình như linh hoạt chuyển đổi sản phẩm. Mình bé, mình sẽ bắt con cá bé, vì vậy hãy cố gắng tự tin và đánh chiếm sản phẩm ngách mà mình đã chọn.

15. Thói quen 30 phút mỗi ngày

Việc này đã được kiểm chứng dù áp dụng trong lĩnh vực, hình thức nào đi chăng nữa. Mỗi ngày 30 phút, ít thôi nhưng bạn hãy lướt qua các trang trên Amazon để có thêm kiến thức về sản phẩm, thị trường. Đặc biệt là việc này có thể giúp bạn mở rộng vốn hiểu biết về giá cả và đánh giá được điều khách hàng đang mong đợi ở một sản phẩm.

LỜI CẢM ƠN

Bán hàng trên Amazon không phải là một cái gì đó quá mới, thế nhưng với nhiều người thì đó cũng đang là một rào cản khá lớn. Vì vậy với cuốn sách này, MediaZ Book hi vọng mang tới cho người đọc có một cái nhìn tổng quan, những kiến thức sơ bộ, đủ để hiểu hoạt động, quy trình cũng như các bước thực hiện để có thể bán hàng trên Amazon.

Nếu bạn muốn tìm hiểu, và nghiên cứu kỹ hơn về chủ đề này, hãy tham gia cộng đồng Amazon Việt Nam (https://www.facebook.com/groups/eagleamazonvietnam/) để cùng trao đổi, thảo luận và chia sẻ tại đây nhé!

Xin gửi lời cảm ơn đến đội ngũ cộng sự AMZ của MZGroup đã dành thời gian lắng nghe, trao đổi, góp ý và hỗ trợ từ những ngày cuốn sách chỉ là ý tưởng.

Cảm ơn anh Lê Hồng Tân cùng đội ngũ admin Amazon Việt Nam đã cùng MediaZ Book mang đến những kiến thức bổ ích về chủ đề bán hàng trên Amazon.

Và dĩ nhiên, cuối cùng lời cảm ơn được gửi đến độc giả - những người đã, đang và sẽ đọc cuốn sách này. Sự ủng hộ của các bạn, là động lực để chúng tôi tiếp tục hoàn thiện ra ra mắt những cuốn sách về chuyên ngành trong thời gian tới. Ở chặng đường phía trước, hi vọng rằng chúng tôi luôn có bạn là người đồng hành!

Ngoài ra, nếu có bất cứ đóng góp nào về nội dung cuốn sách hay có những cơ hội chia sẻ và hợp tác vui lòng liên hệ qua email book@mediazcorp.com hoặc fanpage MediaZ Book, chúng tôi luôn sẵn sàng lắng nghe những phản hồi, góp ý để cải thiện nội dung cuốn sách và mang lại nhiều giá trị lớn hơn cho cộng đồng.

MediaZ Book team